

Kuluttajaekonomia, Taloustieteen laitos  
Helsingin yliopisto  
Helsinki

## **TOIMIVASTA TILASTA MIELENRAUHAN TYYSSIJAAN**

Kulttuurinen kuluttajatutkimus kodin tunnun jäsentymisestä merkityskokonaisuuksiksi  
pääasiallisessa kodissa ja kakkoskodissa

**Sirpa Uimonen**

## **VÄITÖSKIRJA**

Esitetään Helsingin yliopiston maatalous-metsätieteellisen tiedekunnan suostumuksella  
julkisesti tarkastettavaksi yliopiston päärakennuksen auditoriumissa XIV  
perjantaina 5. huhtikuuta 2019 klo 12.

Helsinki 2019

Taloustieteen osaston julkaisuja nro 71

Poliittisten, yhteiskunnallisten ja alueellisten muutosten tohtoriohjelma (PYAM)

Kuluttajaekonomia

Ohjaajat:

Professori Visa Heinonen

Taloustieteen osasto

Helsingin yliopisto

Tutkimuspäällikkö, dosentti Minna Sarantola-Weiss

Helsingin kaupungin museo, Filosofian, historian ja taiteiden tutkimuksen osasto

Helsingin yliopisto

Esitarkastajat:

Professori Soile Veijola

MTI, Yhteiskuntatieteellinen tiedekunta

Lapin yliopisto

Taiteen tohtori Heidi Paavilainen

Muotoilun laitos

Aalto-yliopisto

Vastaväittäjä:

Tutkimusjohtaja, dosentti Petteri Repo

Kuluttajatutkimuskeskus, Valtiotieteellinen tiedekunta

Helsingin yliopisto

Kansikuva Laura Uimonen

© Sirpa Uimonen

ISSN 1235-2241

ISBN 978-951-51-4945-9 (nid.)

ISBN 978-951-51-4946-6 (PDF)

Unigrafia

Helsinki 2019

## TIIVISTELMÄ

Tutkimukseni käsittelee kodin tuntua merkityskokonaisuutena. Useissa aiemmissa tutkimuksissa on käsitelty kodin tuntuun vaikuttavia osatekijöitä, kuten viihtymistä, mukavuutta, kotoisia käytäntöjä, paikkaan kiinnittymistä tai ihmissuhteita. Aikaisemmin ei kuitenkaan ole selvitetty, minkälaisia merkityskokonaisuuksia näistä eri tekijöistä muodostuu kuluttajille. Tutkimuksessa johtuva aukko saattaa johtua siitä, että kodin tunnusta on vaikea kysyä suoraan. Se on kokonaistuntemus, johon vaikuttavat useat tekijät. Lähdin tarkastelemaan kodin tuntua fenomenologisesta näkökulmasta ja kuluttajan kokemuksistaan ilmaisemien merkityksien kautta. Pääkysymykseni – minkälaisiksi merkityskokonaisuuksiksi kodin tuntu jäsentyy – asteittain etenevää ratkaisua edesauttamassa on kolme lisäkysymystä: Mistä tekijöistä kodin tuntu muodostuu? Miten tila kehystää kodin tuntua? Miten nämä tekijät muodostavat kodin tuntu -kokonaisuuksia?

Käytäntöjen teoriaa hyödyntäen ja aiempiin tutkimuksiin nojautuen selvitin temahaastattelun keinoin kodin tunnun osatekijöitä ja niiden merkitystä haastateltaville. Tein Suomessa seitsemän ryhmähaastattelua ja yhden yksilöhaastattelun. Monella haastateltavalla oli kaksi kotia, joiden kodin tuntu vaikutti olevan hyvin erilainen. Päädyin sen vuoksi hankkimaan toisen aineiston keskittymällä kodin tuntuun kakkoskodissa Portugalin Algarvessa haastattelemalla siellä osan vuotta asuvia suomalaisia.

Suomen ja Algarven haastatteluista litteroitujen tekstien muodostaman aineistokorpuksen analyysin tein tekstianalyysinä, jossa käytin Atlas.Ti7 -ohjelmaa. Perustan analyysini teemoitteluanalyysiin ja lisätukea olen saanut kategoria-analyysistä. Algarven aineiston analysointiin vaikuttaa myös autoetnografia, sillä omat kokemukseni ulkomailla asumisesta ja myös Algarvessa asumisesta vaikuttavat tulkintaan.

Analyysin tuloksena aineistosta nousi useita eri kodin tuntuja. Jokaista kodin tunnun kokonaisuutta kehystävät konkreettinen havaittu tila, abstrakti kuviteltu tila ja eletty tila. Toimiva tila -kodin tuntu merkitsee helppoa arkea ja kotoisten käytäntöjen toiminnallisuutta. Tila on suurin piirtein siisti ja puhdas. Ikävät asiat piilotetaan pois näkyvistä ja pois mielestä. Suunnitellaan myös toiminnallisuuden parantamista. Pesäkolo -kodin tila ilmeni käpertymisenä, oleiluna ja kaikenlaisen mukavuuden korostamisena. Pesäkolo on yksityinen tila. Siinä omasta historiasta ja läheisistä ihmisistä muistuttavat esineet ja huonekalut ovat tärkeitä. Hyvin monelle pesäkolo tehtiin käytössä olevalle toiselle asunnolle. Tilassa ovat läsnä mielikuvituksen ja pienesineiden avulla oma eletty elämä sekä läheiset ihmiset, myös edesmenneet. Pesäkolomainen kodin tuntu oli myöskin Algarven kakkoskodin sisällä. Kuitenkin kokonaisuudessaan Algarven kakkoskodissa kodin tuntu on selvästi mielenrauhan

tyyssiä, jota kuvaa parhaiten vapaus elää omaa elämää velvoitteista, ulkoisista aikatauluista ja painostuksista vapaana.

Kodin tuntu voi olla siten pelkästään kuluttajan pään sisällä mielen sisäisenä olotilana niin, ettei se ole välttämättä sidoksissa tiettyyn paikkaan. Elettynä tila tuottaa mielihyvää mielikuvituksen avittamana. Tunne voi olla tässä ja nyt tai haaveissa. Mielen sisällä kodin tuntu voi olla myös pako arjesta, jos kotina toimivaan asuntoon ei ole kotiutunut.

Tunnelmointia ja yhdessäoloa -kodin tuntu merkitsee moniaistillista tunnelmaa. Elämyksiä koetaan kotitilassa ja kotitilasta, kodin ympäristöstä ja mielikuvituksesta sekä näkyvää todellisuutta täydentävästä virtuaalimaailmasta. Tunnelman luoja toteuttaa itseään ja haluaa mukaan toisia ihmisiä niin osaksi tunnelmaa kuin elämysten arvioijiksi ja yleisöksi.

Yksi merkittävä tulos liittyy materiaan. Suomalaista kotia sisustetaan tavaroilla, aineettomalla materiaalilla ja virtuaalisesti. Ulkomaisessa kakkoskodissa materian merkitys halutaan sen sijaan häivyttää. Liikkuvaa elämäntyylä harjoittava kuluttaja ei halua luoda kiinteää henkilökohtaista suhdetta materiaan. Materian tulee sen sijaan olla toiminallista, helposti saatavissa olevaa ja siitä luopumisen tulee olla yksinkertaista. Asuminen, sisustaminen ja liikkuminen järjestetään mieluummin palveluiden avulla. Suomalaista identiteettiä voi ylläpitää sähköisten verkkopalveluiden avulla. Tällä tutkimuksella osallistun keskusteluun omistamisen korvaumisesta palveluilla. Tärkeintä on mahdollisuus liikkua paikasta toiseen, mahdollisuus asua ja elää oman elämäntyylin mukaan.

Tutkimus täydentää ja ajankohtaistaa Byczynskin (1988) määritelmää mukavuudesta. Hänen mukaansa mukavuus on jatkuvasti kerrostuva miellyttävään kodissa elämiseen ja asumiseen liittyvä tuntemus. Varhempia kodin mukavuuden kerrostumia ovat yksityisyys, rentoutuminen, mukavat kalusteet, lämpö, valo, kotitaloustyötä helpottamaan kehitetyt kodinkoneet ja laitteet, järkevät työtavat, juokseva vesi, sisä-wc ja kylpyhuone. Uudet kerrostumat ovat abstrakteja vaatimuksia ajan hallinnasta, oman elämän rytmittämisestä synkronissa ympäristön kanssa ja halu ottaa omaan kontrolliin myös oma elämä.

Käytäntöjen teorian kehittäjille esitän tutkimuksen avulla kysymyksen: voiko kodin tunnun kokonaismerkityksiä pitää käytäntöinä, arkista elämää ohjaavina yleiskäytäntöinä?

Avainsanat: kodin tuntu, kuluttajan kokemus, merkitykset, kulttuurinen kuluttajatutkimus, käytäntöjen teoria, materia, viihtyminen, mukavuus, tila, monipaikka-asuminen

## ABSTRACT

My research is about the sense of home comprehended as the entirety of meanings. Many previous studies have looked at factors affecting the sense of home, such as enjoyment, convenience, practices, attachment to place, or human relations. However, there is no earlier studies on what kind of entireties are being shaped by these separate factors. This knowledge gap may ensue from the fact that it is difficult to ask about the sense of home directly. It is a general feeling that is influenced by several factors. My approach was to look at the sense of home from the phenomenological point of view and from the experiences of the consumer. The main question was, into what kind of entireties does the sense of home develop? There are three additional questions to help with solving of my main question: What factors influence the sense of home? How does the space frame the sense of home? How do these factors form entireties?

Utilizing the theory of practice and relying on previous researches, I examined the elements of the sense of home and their significance by means of a theme interview. Seven group interviews and one individual interview was organized in Finland. Many of the interviewees had two homes with a very different sense of home. That is why I ended up getting additional data from abroad. The Finns living part-year in Portuguese Algarve were interviewed on the sense of home, from the second home perspective.

The analysis of the interview transcripts from Finland and the Algarve was made as a text analysis using Atlas.Ti7. The analysis is based on themes-analysis, with supporting category-analysis. The Algarve data is also influenced by autoethnography, based on my own earlier experiences of living abroad. Also, my prolonged stay in the Algarve affects the interpretation.

Resulting from the analysis, there emerged several different entireties of the sense in of home. Each sense of home entirety is framed by a concrete observed space, an abstract imagined space, and a living space. The “functional space” means easy everyday life and the functionality of home-based practices. The space is relatively clean and tidy. Unpleasant things are hidden out of sight and mind. Improvement of functionality is also in plans. The “homely lair” manifested itself as snuggling down, being at ease, and emphasizing all kinds of comfort. The homely lair is a private space. It features objects and furniture reminding of personal history and loved ones. For many, a homely lair was made of the second home. In the space there are present close people even late relatives, in addition to memoirs of life, with the help of imagination and small “trophies”. The feeling of a “homely lair” was also brought into the second home in Algarve. Specifically the second home in the Algarve is

clearly a place for peace of mind, best described by the freedom to live free from duties, external timetables and pressures.

The sense of home can be just an “inner state of mind”, which is not necessarily tied to a particular place. Once lived in-situ, the space induces pleasure by vivid imagination. The feeling can be sensed here and now or envisioned. Inside one’s mind, the sense of home can also be an escape from the everyday life, if the apartment does not feel like home.

The “stimulating ambience” -sense of home means a multi-sensory mood. Experiences arise in the home space, of the home space, of the environment and of the imagination, and of the virtual world that complements the visible reality. The creator of the atmosphere realizes herself and wants to involve other people as part of the ambience as well as evaluators and audience.

One significant result relates to material. Home in Finland is decorated with articles, intangible material and virtually. In a foreign home, however, the meaning of matter is to be faded. Housing, decorating and moving around are preferentially organized through services. This research is participating in the discussion of replacing ownership with services.

The study complements and updates the Bybezynski (1988) definition of comfort. According to him, comfort is a constantly layering feeling of living pleasantly at home. Earlier layers of home comfort include privacy, relaxation, comfortable furnishings, warmth, light, household appliances, rational working methods, running water, indoor toilet and bathroom. New layers are abstract requirements of time management, to sync one's life with the environment, and the desire to take control of one's own life.

With the help of this study, I put up a question to the developers of the theory of practice: can the sense of home -entities of meanings be regarded as practices, general practices that guide everyday life? While developing the research, I was influenced by the theory of practices, but I did not apply it throughout the study, especially during the analysis phase.

Keywords: the sense of home, consumer experience, meanings, entirety of meanings, cultural consumer research, the theory of practices, materiality, atmosphere, comfort, space, multiple housing, second home

## ESIPUHE

Tutkimuksen kohteena oli joukko suomalaisia, joita haastattelin Suomessa ja Portugalin Algarvessa. Jo koehaastatteluista lähtien haastateltavien kertomukset olivat mielenkiintoisia, suorastaan hurmaavia. Olin monesti hämmästynyt kuulemistani tarinoista. Nämä tarinat ovat saaneet minut jatkamaan tutkimuksen parissa, vaikka olen joutunut lukemaan niitä yhä uudelleen. Koko yksinäisen tutkimusprojektin ajan haastateltavat ikään kuin puhuivat minulle. On paljon heidän ansiotaan, että kiinnostukseni tätä tutkimustyötä kohtaan säilyi. Alun perin lähdin selvittämään pelkästään kuluttajien kotien sisustamista ystäväni sisustusarkkitehti Auli Papinniemen pyynnöstä. En ajatellut lainkaan aloittavani väitöskirjan tekemistä. Heti ensimmäisessä koehaastattelussa tuli selväksi, että kodin sisustaminen on enemmän kuin huonekalujen, kaakeleiden ja sisustustekstiilien valintaa. Niinpä lopulta aihe laajeni kodin tunteen tutkimukseen. Kun olin tehnyt viimeisetkin haastattelut Algarvessa, vakuutuin siitä, että näiden ihmisten tarinat kannattaa analysoida huolellisesti ja tuoda julkisuuteen kaikkien luettavaksi.

Tutkimusprosessi ei ole ollut suoraviivaista tutkimuksen vaiheesta toiseen etenemistä. Koehaastattelujen jälkeen tein tutkimussuunnitelman ja hain ohjaajieni avustamana julkista rahoitusta useilta tahoilta ja useana vuonna. Koska en saanut ulkopuolista rahoitusta, päädyin tekemään osaaikaista ansiotyötä ja tekemään tutkimusta ansiotyön ohella. Tutkimusprojektini ajoittuu hyvin vaikeaan elämäntilanteeseen. Ilman läheisten ihmisten henkistä ja taloudellista tukea mitään väitöskirjaa ei olisi syntynyt. Sydäntäni lähellä olevat lähipiirin ihmiset ovat olleet ratkaisevan tärkeitä koko väitöstyöprojektini ajan. Erityisen kiitoksen ansaitsevat sisareni Pirjo sekä veljeni Urpo ja Arto perheineen. Myös anoppini Maire ja mieheni sisko Jaana ovat olleet aina pyyteettömästi tukemassa minua. Lämpimän kiitokseni ansaitsevat myös ystävämmme Tiina, Kalervo, Helena, Timo, Pirjo, Heikki sekä Anita-täti ja Majlis-täti. Isä on minusta ylpeä. Tiedän, että niin olisi äitikin, jos hänelle olisi suotu enemmän elinvuosia. Koti-insinöörini Jyrin selostukset sisäilman RH:sta, lämmön johtamisesta tai herkkutattien ja matsutake-sienien esiintymisestä ja käsittelystä ovat vieneet ajatukseni ihan muualle tutkimusaiheestani. Olemme selvittelleet ajatuksiamme yhteisillä melonta-, pyöräily-, uinti- ja patikointiretkillä.

Ohjaajani professori Visa Heinonen antoi runsaasti lukemisivinkkejä. Uskon, että olen lukuvinkkien myötä saanut perehtyä tutkimusaiheeseen hyvin laajasti. Olen kiitollinen hänen kommentistaan ja kannustuksestaan. Toiseen ohjaajaani Minna Sarantola-Weissiin minulla on ollut ilo saada tutustua väitöskirjan tekemisen myötä. Kanssakäyminen Minnan kanssa on aina ollut hyvin lämminhenkistä.

Hän osaa pukea jopa kritiikin kannustukseksi ja siksi hänen kanssaan on aina ollut miellyttävä keskustella.

Esitarkastajiani Soile Veijolaa ja Heidi Paavilaista kiitän heidän lausuntojensa hyödyllisistä huomioista ja selkeistä tekstin parannusehdotuksista. Nämä parannusehdotukset vaikuttivat merkittävästi lopullisen väitöskirjan rakenteeseen ja sujuvampaan luettavuuteen.

Algarven yliopiston taloustieteellisen tiedekunnan dekaania Rui Nunesia käyn väitöstilaisuuden jälkeen kiittämässä vielä kerran. Hän järjesti minulle työtilan ja työvälineet Algarvessa tekemäni kenttätöön ajaksi. Pääsin täten kansainvälisten tutkijoiden kannustavaan seuraan tekemään omaa työtäni.

Väitöskirjan kannessa on tyttäreni piirtämä kuva unelmakodista. Piirtäessään hän oli 16-vuotias. Kysyin Lauralta vähän aikaa sitten, minkälainen äiti sinulla on. Vastaus: ”Kärsivällinen ja tekee salassa väitöskirjaa.” Tämä kirja paljastaa sinulle salaisuuteni. Omistan väitöskirjani rakkaalle Lauralle. Olet aina sydämässäni!

Quarteirassa, Portugalissa 4.03.2019

Sirpa Uimonen



## Sisällysluettelo

1. JOHDANTO .....	11
1.1. Tutkimusongelmana kodin tuntu .....	11
1.2. Tutkimuksen asemointi kulutuskulttuurin tutkimuksen kenttään .....	14
1.3. Tutkimuksen rakenne .....	16
2. TUTKIMUKSEN LÄHESTYMISTAPA .....	19
2.1. Käytäntöjen teoria .....	19
2.2. Merkityksien alkuperä .....	26
2.3. Merkitysten välittyminen .....	29
2.4. Tutkimusongelma .....	34
3. AINEISTOT JA MENETELMÄT .....	36
3.1. Tutkimuksen kohde .....	37
3.2. Analyysointitapa .....	47
3.3. Luotettavuuden arviointia .....	54
4. KODIN TUNNUN OSA-ALUEET .....	58
4.1. Viihtyminen kotona .....	58
4.2. Identiteetti ja elämäntyö .....	63
4.3. Kuluttajan suhde tavaraan .....	66
4.4. Kodin käytäntöjen johtajatukset .....	72
5. KODIN TILA JA PAIKKA .....	77
5.1. Kiinnittyminen tilaan ja paikkaan .....	77
5.2. Tilan tunnelma .....	81
5.3. Monipaikka-asuminen .....	84
5.4. Kosmopoliittisuus ja liikkuva elämäntyö .....	92
6. MIELIKUVAT MATERIASTA JA PALVELULLISTUMINEN .....	95
6.1. Tiedon ja vaikutteiden lähteet materiaalihankinnoissa .....	95
6.2. Hankintatapa .....	104
6.3. Materiaalin ominaisuudet .....	112

6.4.	Sosiaalisen kanssakäymisen huonekalut .....	121
6.5.	Yhteisöllinen ja itselle merkityksellinen merkityskokonaisuus .....	123
6.6.	Asuminen palveluna ja vain tarpeellisia tavaroita .....	128
7.	MERKITYSTEN UUDET KERROSTUMAT .....	133
7.1.	Ajankäyttötavat kotona .....	133
7.2.	Kodin tunnun sisustamisen tavat .....	137
	Tunnelman luominen .....	138
	Käytännöllisyys .....	140
	Pienet esineet .....	142
	Huomio kodin tilan ja tavaramaailman ulkopuolelle .....	146
	Haaveita ja tavoitteita .....	149
	Sisustamisen impulssit .....	151
7.3.	Merkitykset .....	152
	Viihtyminen .....	153
	Ihmissuhteet .....	156
	Mielihyvä .....	157
7.4.	Yhteenveto merkitysten uusista kerrostumista .....	159
8.	KODIN TUNNUN MERKITYSKOKONAISUUDET .....	161
8.1.	Pesäkolo .....	161
8.2.	Mielen sisäinen olotila .....	162
8.3.	Toimiva tila .....	165
8.4.	Tunnelmointia ja yhdessäoloa .....	167
	Sisustamisen tyylin, identiteetin ja statuksen yhteenkietoutuminen .....	169
8.5.	Mielenrauhan tyyssija .....	170
	Algarven viehätys .....	171
	Ihmissuhteet ja viihtyminen .....	174
	Nyt jos koskaan elämme itseämme varten .....	178

Elämäntyöli Algarvessa ja Suomessa .....	183
Mukavasti kodin sisällä .....	185
Mielenrauhan tyssijän tilat.....	185
9. JOHTOPÄÄTÖKSET .....	187
9.1. Aiheita jatkotutkimuksiin .....	193
9.2. Loppusanat .....	194
LÄHTEET.....	197
Liite 1. Haastattelusuunnitelma teemoittain, Suomessa kerätty aineisto .....	i
Liite 2. Teemahaastattelun suunnitelma, Algarvessa kerätty osa-aineisto .....	ii
Liite 3. Haastateltavien taustatiedot, Suomessa kerätty aineisto .....	vi
Liite 4. Haastateltavien taustatiedot, Algarvessa kerätty aineisto .....	ix
Liite 5. Toimiva tila koodi-sitaattilinkit Atlas.ti ohjelmasta .....	x
Liite 6. Pesäkolo koodi-sitaattilinkit Atlas.ti ohjelmasta .....	xi
Liite 7. Mielen sisäinen olotila koodi-sitaattilinkkejä Atlas.fi ohjelmasta.....	xiv
Liite 8. Tunnelmointia ja yhdessäoloa koodi-sitaattilinkit Atlas.ti ohjelmasta .....	xvii
Liite 9. Tarpeellisia tavaroita ja asuminen palveluna sitaatteja koodien takana .....	xix
Liite 10. Mielenrauhan tyssijä Algarvessa koodilinkkejä Atlas.ti ohjelmasta .....	xxii

### **Kuvaluettelo**

Kuva 1. Merkitysten virtaus McCracken'n (1988, 71) mukaan .....	33
Kuva 2. Tutkimuksen viitekehys .....	35
Kuva 3. Aineistokorpus ja sen analysoinnin tulos .....	46
Kuva 4. Teemakartta, esimerkki (Attride-Stirling 2001, 388).....	51
Kuva 5. Kodin tunnun syntyminen palvelutalossa (Falk, Wijk et al. 2012, 1002).....	80
Kuva 6. Tunnelmaa ilmaisevien termien sijoittuminen kaksisuuntaisella ja kaksidimensioisella asteikolla (Russel & Pratt 1980).....	82
Kuva 7. Tiedon ja vaikutteiden lähteet (34 sitaattia, 22 haastateltavaa).....	96
Kuva 8. Omat sisustamiseen liittyvät tiedot ja taidot (40 sitaattia, 22 haastateltavaa).....	101
Kuva 9. Tiedon ja vaikutteiden lähteiden koodiverkosto .....	103
Kuva 10. Sisustustuotteiden hankintatapa (136 sitaattia, 22 haastateltavaa) .....	104
Kuva 11. Hankintatapojen merkitykset koodiverkostona kuvattuna .....	105
Kuva 12. Haastateltavien tärkeinä pitämät sisustustuoteominaisuudet (168 sitaattia, 22 haastateltavaa).....	113
Kuva 13. Koodiverkosto tuoteominaisuuksien merkityksistä.....	115
Kuva 14. Yhteisöllinen merkityskokonaisuus .....	125
Kuva 15. Itselle merkityksellinen merkityskokonaisuus .....	126
Kuva 16. Koodiverkosto asuminen palveluna .....	129

### **Taulukkoluetelo**

Taulukko 1. Teemoitteluanalyysi taulukkona, esimerkki .....	50
Taulukko 2. Huonekalujen esiintyminen litteroiduissa haastatteluteksteissä, S-aineisto ....	122
Taulukko 3. Pesäkolo elettyinä, havaittuna ja kuviteltuna tilana.....	161
Taulukko 4. Mielen sisäinen olotila elettyinä, havaittuna ja kuviteltuna tilana.....	163
Taulukko 5. Toimiva tila elettyinä, havaittuna ja kuviteltuna tilana.....	166
Taulukko 6. Tunnelmointia ja yhdessäolot elettyinä, havaittuna ja kuviteltuna tilana.....	167

## 1. JOHDANTO

Useimmiten kotia pidetään rentoutumisen paikkana. Rennosta kotona olemisesta on tullut suorastaan muoti-ilmiö. Puhutaan ”kotoilusta”. Kotioven taakse halutaan jättää muu maailma. Nykyään kylläkään ansiotyötä ei useinkaan voi jättää kodin ulkopuolelle, vaan työelämä on vähintäänkin sähköpostien kautta tullut osaksi ihmisten elämää paikasta riippumatta. Koti siis sekä sulkeutuu että avautuu ulospäin. Turisteja päästetään nukkumaan oman kodin sohvalle, naapureita ja ohikulkijoita houkutellaan kodin sisälle maistelevaan kotikokin annoksia ja valokuvia omista sisustusasetelmista lähetetään sosiaalisen median kautta muiden ihmisten arvioitavaksi. Kaupunkeihin suunnitellaan julkisia alueita ja rakennuksia kaupunkilaisten olohuoneiksi. Kokonaisia kauppaeskuksia rakennetaan ihmisten ajanviettopaikoiksi käytettäväksi säällä kuin säällä.

Nämä monet uudet ilmiöt saivat minut kysymään: Mikä on kodin merkitys tänä päivänä? Tuota kysymystä pohtiessani minun tuli ensin tietää, miten koti määrittyy.

### 1.1. TUTKIMUSONGELMANA KODIN TUNTU

Pidän tutkimukseni lähtökohtana Rybczynskin (1988) sekä Bluntin ja Dowlingin (2006) kotia käsitteleviä tutkimuksia. Arkkitehti Rybczynskin palkittu teos *Home. A short history of an idea* on hyvin monipuolinen historiallinen kuvaus kodin käsitteen rakentumisesta ajan saatossa. Yksittäisen ihmisen kodin tunnun alullepanijana voidaan pitää yksityisyyttä tietoisena ajatuksena sen jälkeen, kun yksityinen tila tuli ylipäättään mahdolliseksi perheyhteisölle. Maantieteilijöinä Blunt ja Dowling tarkastelevat kotia paikkana, johon liittyy yksilöllisiä ja yhteisesti jaettuja mielikuvia. Lisäksi Bachelard (1964 (1957) , 5) oli vahvasti sitä mieltä, että konkreettisen, arkkitehtonisen kodin tilan merkitys perustuu tilassa elettyihin kokemuksiin, joita mielikuviutus ja eletty elämä kuvittavat. Tuo koettu tila laajenee aina muistojen ja haaveiden tiloihin (ks. myös Ashtar, Shani et al. 2017; Etemaddar, Duncan et al. 2016; Ferguson 2011). Tässäkään mielessä kodin tila ei ole koskaan täysin suljettu, sillä se laajenee tästä hetkestä. Lefebvre (1991, 14) jaotteli tilat konkreettiseen havaittuun tilaan, abstraktiin kuviteltuun tilaan sekä näitä välittävään elettyyn tilaan, jossa yhdistyvät aineellinen maailma ja mielikuviutus.

Tutkimukseni sivuaa läheisesti Maria Fuentesin (2011) väitöskirjatutkimusta. Hän tarkastelee kotia tilana sekä sitä, miten tila tehdään asumisen ja sisustamisen käytäntöjen avulla kodiksi. Aineistoa analysoidessaan ja tulkitessaan Fuentes (mt., 41-44) keskittyy prosesseihin tilan kodiksi tekemisen takana, näissä prosesseissa yhdistyvät aineelliset ja aineettomat, symboliset elementit. Lopullisesti kalustus ja sisustus tulevat kodiksi, kun asukas pääsee kertomaan ja näyttämään muille ihmisille nämä

valinnat ja ratkaisut. Yksityinen tila avautuu julkiseksi tarinoiden avulla. Fuentesin aineiston perusteella helpoiten kodin tarinan pääsi kertomaan muille, jos asukas oli sisustanut ja kalustanut asuntonsa jonkin teeman mukaan. Niinpä kodin sisustaminen on myös oman kotitarinan rakentamista. Kaiken kaikkiaan Fuentesin tutkimuksen mukaan kodin halutaan mahdollistavan ihmissuhteiden ylläpidon sekä kotona että kodin ulkopuolella. Koti on sekä suljettu että avoin ja joka tapauksessa yhteydessä ympäristöönsä.

Kodin tuntua ei voi lähestyä suoraan kysymällä: Mikä on sinun kodin tuntusi? Se on kokonaistuntemus, johon vaikuttavat monet tekijät. Vasta selvittämällä näitä taustalla olevia tekijöitä päästään arvioimaan kodin tuntua. Van Hoof ym. (2015, 7) mukaan kodin tuntu on fyysinen, ihmissuhdetekijöistä ja henkilökohtaisista tekijöistä johdettu tuntemus (*secondary emotion*).

Koti ei tunnu kodilta, ellei huomioida toisia ihmisiä, vaikka asuisi yksinkin. Yhteydenpito perheenjäseniin, sukulaisiin ja ystäviin, heidän vierailunsa ja heistä muistuttavat esineet ovat olennainen osa kodin tunnun muodostumisessa (Falk et al. 2012, 1003). Ihmissuhteiden avulla rakentuu myös tunne siitä, että on osa jotakin paikallisuutta, naapurustoa, kaupungin osaa tai kansallisuutta (Amsden, Stedman et al. 2011, 34). Kanssakäymisen näiden ihmisten kanssa ei tarvitse olla todellista. Yhteisöllisyyden tunteeseen riittää, että henkilö tuntee olevansa osa tätä yhteisöä. Kyse on kodin rajojen ja sijainnin hahmottamisesta sekä itsensä asemoimisesta merkitykselliseen ihmisryhmään.

Kodin tunnun aktiivista muodostamista on hyödyllistä tarkastella asumisen katkos -vaiheessa, toisin sanoen silloin, kun ihmiset muuttavat ja asettautuvat elämään uudessa kodissa (Kinnunen 2017). Esimerkiksi Walsh (2006, 126; myös Falk et al. 2012, 1005; Woodward 2003) korostaa, että kodin tunnun muodostumisessa identiteetin rakentaminen ja tietyn identiteetin ylläpitäminen ovat osa tätä prosessia. Jopa brittiläinen tv-huumori valjastetaan edesauttamaan kodin tunnun syntymistä uudessa kotimaassa (Walsh 2006, 137). Muutoinkin kotoiset käytännöt, kuten ruoanlaitto oman ruokamaun mukaan, auttavat kotiutumaan uuteen asuinpaikkaan alkuperäisen kotimaan ulkopuolella (Petridou 2001). Cieraadin (2010, 97) mukaan käytännöt yhdistettynä tiettyihin tuttuihin esineisiin toimivat vahvana siltana kotien välillä. Samalla tavalla tuttujen käytäntöjen avulla palvelutaloon muuttaneet seniorit rakensivat kodin tuntua uuteen asuinpaikkaansa. Tuosta prosessista tutkijat (Falk, Wijk et al. 2012, 1002) käyttivät ilmaisua pesänrakennus (*nesting*). Pesää rakennettaessa pölyjen pyyhkiminen, kaurapuuron keittäminen, neulominen ja pasianssin pelaaminen nousivat merkityksellisiksi toimiksi.

Aiempien tutkimusten valossa kodin tuntu vaikuttaa olevan itsestään selvyys yleiskäsitteenä. Sitä on tutkittu erityistilanteissa. Viime vuosina on julkaistu useita tutkimuksia, jotka käsittelevät kodin tunnun muodostumista tai muodostamista iäkkäille ihmisille palvelutaloihin (van Hoof, Verbeek et al. 2016; van Hoof, Verhagen et al. 2015; Falk, Wijk et al. 2012), lastenkotilapsille (Clark, Cameron et al. 2015), yksin Suomeen tulleeille pakolaislapsille (Kauko & Forsberg 2017) tai kun ihminen on joutunut ansiotyön, opiskelun tai jonkun muun syyn takia muuttamaan ulkomaille (Ashtar, Shani et al. 2017; Etemaddar, Duncan et al. 2016; Ferguson 2011). Osa aiemmista kodin ja kodin tunnun tutkimuksista ovat tarkastelleet jotain osa-aluetta, kuten materiaa kodin tunnun osana (Birkebæk Olesen 2010; Church, Weight et al. 2010; Cieraad 2010; Miller 2006), kodin tunnun elementtejä (Gram-Hanssen & Bech-Danielsen 2004; Reimer & Leslie 2004) ja käytäntöjä (Fuentes 2011; Petridou 2001). Näiden tutkimusten perusteella siis tiedetään, että kodin tuntu koostuu merkityksellisestä paikasta, merkityksellisistä esineistä ja muusta materiasta, ihmissuhteista, yksityisyydestä, viihtymisestä, mukavuudesta, oman identiteetin mukaisesta elämisestä ja omanlaisten käytäntöjen harjoittamisesta. Kodin tunnun osatekijät kietoutuvat moninaisesti yhteen. Kuitenkaan ei tutkimusten perusteella tiedetä, minkälaisena saavutettu kodin tuntu ilmenee kodin asukkaana mielestä. Tähän mennessä tarkemmat kuvailut ovat olleet toteamuksia kodin tunnun olemassa olemisesta tai sen puuttumisesta.

Mikään edellä mainituista tutkimuksista ei kerro eikä kuvaile lopputulemaa. Aiempien tutkimusten valossa ei ole olemassa yhtenäistä käsitystä kodin tunnun sisällöstä merkityskokonaisuutena. Lähdin selvittämään niitä kuluttajan kokemuksia, jotka yhdessä muodostavat kotoisan tunnun tilassa, jota kutsutaan kodiksi. Ontologisessa mielessä etsin kodin tunnun sisällön kuluttajan kokemuksista ja siitä, mitä nämä kokemukset hänelle merkitsevät. Tarkemmin ilmaistuna tutkimuskysymykseni on: Minkälaisiksi merkityskokonaisuuksiksi kodin tuntu jäsentyy? Tuota kysymystä selvittääkseni joudun pilkkomaan tarkasteluni ensiksi kodin tunnun osatekijöiden tarkasteluun. Siksi kysyn lisäksi:

- Mistä tekijöistä kodin tuntu muodostuu?
- Miten tila kehystää kodin tuntua?
- Miten nämä tekijät muodostavat kodin tuntu -kokonaisuuksia?

Ratkaisu tutkimusongelmaan selviää siis vähitellen. Ensin on selvitettävä kodin tuntua jäsentävät osatekijät. Valitsin haastattelun teemoiksi kodin tuntua määrittäviä tekijöitä aiempien tutkimusten pohjalta. Siten nämä osatekijät tulevat deduktiivisesti mukaan ongelman ratkaisuun. Kuitenkin analysoidessani kodin tunnun kokonaisuuksia osatekijät pääsevät mukaan johonkin kokonaisuuteen vain mikäli ne aineistosta induktiivisesti osoittautuvat kuuluvan tuohon kokonaisuuteen. En

mielestäni voinut jättää tilan tarkastelua pois tutkimuksestani, sillä ymmärrän kodin tunnun tauluna tilan muodostamissa kehyksissä. Siksi tutkimustulokseni eivät ole kehyksettömiä sisustustauluja.

## 1.2. TUTKIMUKSEN ASEMOINTI KULUTUSKULTTUURIN TUTKIMUKSEN KENTTÄÄN

Tämän tutkimuksen filosofinen perusta on fenomenologinen ja se sijoittuu kulutuskulttuurin tutkimuksen perinteeseen ammentaen vaikutteita käytäntöjen teoriasta. Fenomenologisen filosofian mukaan aineellinen maailma ja ihmisen ajattelu ja edelleen materia ja merkitys liittyvät toisiinsa. Ihmiset käyttäytyvät sen mukaan, miten he tulkitsevat ympäristöään. Kulutuskulttuurin ilmiöitä on luontevaa lähestyä laadullisella tutkimusotteella (Heinonen 2012, 71). Kun tutkimustietoa haetaan kuluttajien kokemuksista, kuluttajien kertomusten hankkiminen ohjaa metodivalintaa. Tämän tutkimuksen aineiston keräämisen metodeina ovat ryhmähaastattelut ja pariskuntahaastattelut teemahaastatteluina sekä autoetnografia.

Yleisesti ottaen kulutuskulttuurin tutkimus on kuluttajan ja aineellisen maailman välisten suhteiden selvittämistä (Borgerson 2013, 127). Kulttuuri ymmärretään kokemusten, merkitysten ja toimintojen yhdistelmänä (Arnould & Thompson 2005, 869). Alun perin kulutuskulttuurista alettiin puhua useista syistä. Kuluttajaa ei mielletty enää tuotannon markkinoille tuomien tavaroiden loppukäyttäjänä, kulttuurin tuotoksiin alettiin suhtautua kulutustuotteina ja hyvin usein kulttuurisiin käytäntöihin liittyi ylipäättään kuluttamista. Lisäksi havaittiin, että kuluttaminen ei ollut pelkästään tavaroiden käyttämistä, vaan kuluttamiseen liittyi paljon symbolien kuluttamista ja merkityksien rakentamista tai omaksumista (Featherstone 1995, 75). Kulutuskulttuurin tutkimuksen mielenkiinnon kohteena ovatkin toisaalta merkitysjärjestelmät, kulttuuriset käytännöt ja tietoverkostot, jotka monin tavoin muotoilevat yksilöllisiä ja yhteisöllisiä identiteettejä sekä käytäntöjä (Moisander 2005, 38). Toisaalta kulutuskulttuurin tutkimuksessa tarkastellaan myös sitä, miten kuluttajat vastavuoroisesti itse tuottavat ja muuttavat näitä muodostelmia hyödyntäessään niiden tarjoamia tulkintakehikkoja ja käytäntöjä. Heinonen (1998, 383) puhuu luovasta kuluttajasta, joka esimerkiksi on muuttanut ruuanlaittamisen kotityöstä luovaksi harrastukseksi ja tuloksena on sekä makunautintoja että esteettisiä elämyksiä. Kuluttajat voidaan myös nähdä identiteetin etsijöinä ja rakentajina markkinoiden tuomien houkutusten keskellä. Monien kuluttajien elämä on rakentunut usean todellisuuden ympärille ja he käyttävät kuluttamista oman kuvitellun todellisuuden kokemiseen.

Sosiaalisen yhteisön näkökannalta katsottuna kulutuskulttuuri on sille suhteellisen pysyvä tapa toimia ja ajatella. Se antaa raamit, joiden puitteissa yksilöt voivat toimia, tuntea, ajatella ja käyttäytyä (Arnould & Thompson 2005, 869–875; Chaney 2002, 158). Kuluttajat tekevät merkitystulkintojaan



sosiaalisessa vuorovaikutuksessa tuodakseen esille persoonalliset ja sosiaaliset olosuhteensa ja edelleen identiteettinsä ja elämäntyyliinsä. Tässä tutkimuksessa haastateltavien taustalla vaikuttavia yhteisöjä voivat olla perhe, suku, yhteiskunnallinen asema, harrastuspiiri tai kaupunginosan asujaimisto. Tarkemmin näitä yhteisöjä en tule arvioimaan, vaan keskityn haastateltavien omiin kertomuksiin. Totean ainoastaan, että yksittäisen kuluttajan puheessaan ilmaisemat merkitykset eivät ole pelkästään heidän omiaan, vaan ne heijastelevat heidän taustayhteisöjensä näkemyksiä.

Mutta kuten Miller (2010, 51) esittää, myös kulutuskulttuurin olennainen osa, aineellinen maailma, muokkaa kuluttajia ilman, että nämä aina huomaavat vaikutusta. Uutuuden jälkeen esine- ja tavaramaailma muuttuvat suurelta osin taustamaisemaksi, eräällä lailla konkreettisesta materiaasta abstraktiksi materiaksi. Huomaamattamme olemme omaksuneet tavan käyttää syödessämme haarukkaa ja veistä emmekä syömäpuikkoja, istumme tuoleilla emmekä risti-istunnassa lattian tasolla. Nämä tavat opetamme myös lapsille. Jotkut tavarat eivät suoranaisesti häviä taustalle, vaan muuttuvat välttämättömiksi elämäntavan toimintakokonaisuudeksi (Pantzar 2000, 134). Kuitenkin esineinä niihin ei varsinaisesti kiinnitetä huomiota, elleivät ne mene rikki. Myös muuttaminen asunnosta toiseen tuo ne pakkaamisen, purkamisen ja uudelleen arvioinnin tarpeen kautta tietoisuuteen (Kinnunen 2017, 188). Esimerkiksi jääkaapit, pakastimet, pyykinpesukoneet ja tietokone ovat muuttuneet näkymättömiksi itsestäänselvyyksiksi arjen toimintojen mahdollistajiksi. Matkapuhelimet olivat aluksi 1980-luvulla sosiaalisen erottautumisen välineitä, muotituotteita, ”juppinalleja”. Nykyään puhelimet ovat alustoja, joilla arjen välttämättömyydet tai välttämättömiksi koetut asiat toimivat (Virtanen 2017). Osalle kuluttajista on muodostunut puhelimen kautta addiktio aikatauluihin ja yhteyksien ylläpitoon.

Kokemukset ovat olleet 1980-luvun alusta lähtien tutkimuksen kohteena. Tällöin on usein korostettu kulutuksen symbolista merkitystä, kuluttajan nautintohakuisuutta ja esteettistä mielihyvää. Mielihyväkuluttamisen tutkimuksessa uranuurtajina toimineiden amerikkalaisten taloustieteilijöiden Morris B. Holbrookin ja Elizabeth C. Hirschmanin (Hirschman 1984; Holbrook & Hirschman 1982) mukaan kokemuksen tuntemuksen taustalla voi olla älyllinen stimulaatio tai aistien kautta tuleva ärsyke tai sitten molemmat stimulaation lähteet vaikuttavat yhdessä tietyn kokemuksen tuntemukseen. Mielihyvähakuisesta kuluttamisesta käytetään usein nimitystä hedonistinen kulutus. Aina tuntemukseen ei tarvita konkreettista ulkoista ärsykettä vaan kuluttajan oma mielikuvitus ja unelmointi riittävät. Hedonistinen kulutus on yhä enemmän tällaista kuluttajan mielikuvituksen tuottamaa tunnekokemusta (Gabriel & Lang 1995, 106). Itselle tuotetun mielihyvän lisäksi symbolista kuluttamista on pidetty yksilön tai ryhmän keinona osoittaa identiteettiä ja elämäntyyliä ja viestiä näitä muille kuluttajille ja kuluttajaryhmille (Warde 2014, 282). Suomalaiseen yleisesti hyväksyttyyn

kulutuskulttuuriin ei ole kuulunut antautuminen nautinnolliseen kulutukseen eikä varsinkaan sellaisen julkituominen muille kuluttajille. Nautinto on pitänyt ansaita ja olla järjellä perusteltavissa (Autio, Huttunen et al. 2010).

Miller (2010, 12) arvelee, että tuo kulutustutkimuksen pitkään jatkunut perinne nähdä tavarat merkitysten välittäjinä oli alkanut rajoittaa tutkimusta. Hän esitti antropologisen tutkimuksensa avulla, että ylipäättään materiaalilla (*stuff*) on suuri rooli kuluttajiin. Materia muokkaa käyttäjänsä, hienovaraisesti ja joskus huomaamatta (mt., 53). Me kaikki olemme syntymästämme saakka olleet esineiden ja tavaroiden kanssa tekemisissä, sillä ne kuuluvat kulttuuriimme ja ovat läsnä niin juhlassa kuin arjessa. Konkreettistenkin esineiden ja tavaroiden olemassaolo häviää taustalle. Niiden olemassaoloon ei kiinnitetä huomiota. Ne muuttuvat ulkoiseksi ympäristöksi, mistä käsin ne osallistuvat kuluttajan elämään osana tavanomaisia arkisia käytäntöjä. Tämän havaitsi myös Paavilainen (2013, 185). Jopa designesineet häviävät usein taustalle ja osaksi tavanomaisia arkisia käytäntöjä. Harvemmin niitä käytetään henkilön tai kodin identiteetin ilmaisemiseen.

Lisäksi kuluttajien kanssa tekemisissä oleva materia on enemmän kuin käsin kosketeltavat tavarat ja esineet. Niitä ovat muutkin kuin markkinoille tuotetut tavarat, joilla on hinta. Trentmann (2009b, 306) ehdottaa, että kulutuskulttuurin tutkimuksessa tarkasteltaisiin materiaa (*things*) laajemmin olennaisena osana erilaisia suhteita ja käytäntöjä eikä pelkästään (omistettujen) esineiden (*objects*) toimimista merkitysten ja identiteetin rakentumisen välikappaleena. Esimerkkinä hän mainitsee juoksevan veden tulon asuntoihin putkia myöten, mikä on muuttanut peseytymisen käytäntöjä.

Rutiininomainen, tavanomainen ja vähemmän huomiota tavoitteleva kulutus alkoi kiinnostaa tutkijoita. Kulutussosiologian tutkimukseen omaksuttiin antropologian näkemyksiä. Kuluttajan katsottiin kykenevän tuottamaan merkityksiä tavanomaisestakin materiasta ja valjastamaan merkitykset omiin käytännön tarkoituksiin. Näin ymmärrettynä kulutus toimii jokapäiväisen elämän toimintojen apuvälineenä (Warde 2014, 283). Tutkimusta suunnitellessani olin kiinnostunut näistä jokapäiväisen elämän merkityksistä kodissa ja kotiin liittyen. Siksi lähdin tutustumaan käytäntöjen teorian kirjallisuuteen.

### 1.3. TUTKIMUKSEN RAKENNE

Tutkimuskohteeseen ja tutkimuksen tekotapaan johdattelun jälkeen kerron seuraavassa luvussa tarkemmin tutkimuksen lähestymistavasta. Siinä esittelen käytäntöjen teoriaa oman tutkimukseni hyödyllisyyden näkökulmasta. Kulutuskulttuurin tutkimuksen piiriin kuuluva käytäntöjen teoria on kehityksessä oleva tutkimuksen lähestymistapa. Minä jouduinkin tekemään valintoja teorian

käyttökelpoisuudesta tässä tutkimuksessa. Seuraavaksi luvussa 2 pohjustan tutkimustani esittelemällä kulttuurisen kulutustutkimuksen keskeistä ontologiaa merkitysten välittymisestä. Lopetan luvun tutkimusongelman esittelyyn.

Tutkimusongelman ratkominen lähtee etenemään sopivien metodologisten valintojen avulla. Luvun 3 alussa yhdistän tekemäni teemahaastattelut tutkimuksen fenomenologiseen lähestymistapaan. Tutkimuksen kohteena on aineistokorpus tekstinä, joka on syntynyt haastateltavien kertomuksista tekstiksi litteroituna. Aineistot keräsin Suomesta usealta paikkakunnalta ja Portugalin Algarvesta.

Perustelen luvussa 3 miksi päädyin hankkimaan kaksi eri tutkimusaineistoa. Kerron myös, miten ja millä perusteella valitsin haastateltavat. Esittelen haastateltavat sekä oman osuuteni aineiston analyysissä. Analysointiprosessin selvennykseksi ole tehnyt kuvion, jonka avulla kuvaan aineistojen päätymistä tutkimuksen tuloksena syntyviin merkityskokonaisuuksiin. Käyttämistäni aineiston analyysimenetelmistä kirjoitan muutaman sivun verran. Mikään tutkimus ei ole täydellinen eikä tuo täydellistä kuvaa tutkittavasta ilmiöstä. Pohdin sen vuoksi luvun 3 lopussa tutkimukseni puutteita ja tulkintojeni luotettavuutta.

Luvussa 4 selvitän johdantoa tarkemmin aiempia tutkimuksia, jotka käsittelevät kodin tunnun osatekijöitä. Näiden tutkimusten pohjalta nousevat tämän tutkimuksen keskeiset käsitteet. Luku 5 jatkaa aiempien tutkimusten tarkastelua. Katsoin aiheellisiksi käsitellä paikkaa ja tilaa erillisessä luvussa. Tutkimuksessani tila on kehys, johon kodin tuntu muotoutuu. Tässä luvussa käsitelen myös monipaikka-asumista, mökkeilyä ja liikkuvaa elämäntapaa.

Seuraavat kolme lukua käsittelevät tutkimuksen analyysin tuloksia etenevästi niin, että kodin tunnun merkityskokonaisuudet käsitelen luvussa 8. Ensin luvussa 6 käyn läpi sitä, miten materiaan liittyvät merkitykset jäsentyvät kolmeksi merkityskokonaisuudeksi. Tämä on analyysin välitulos, sillä materian merkitykset ovat osa kodin tunnun kokonaisuuksia. Aineellinen maailma on kuitenkin yksinään merkittävä osa kodin tunnun jäsentymistä sekä tämän tutkimuksen perusteella empiirisesti että kulutuskulttuurin ja käytäntöjen teorian lähestymistapojen perusteella. Tämän tutkimuksen yhtenä tuloksena tuon esiin materian ilmenemismuodot kodin tunnun osana. Käsitelen erillisenä lukuna kodin tunnun osatekijöitä, sillä niiden merkityksiin on tullut uusia kerrostumia aiempiin tutkimuksiin nähden. Nämä uudet merkitykset ovat myös tämän tutkimuksen tuloksia. Kodin tunnun osa-alueiden erilaiset merkitykset jäsentyvät analyysiprosessin edetessä neljäksi erilaiseksi kodin tunnun kokonaisuudeksi. Näitä käyn läpi luvussa 8.

Viimeisessä luvussa 9 esitän tutkimukseni johtopäätökset. Käyn läpi tutkimuksen päätulokset ja pohdin niiden merkitystä laajemmin tämän päivän suomalaisessa kulutuskulttuurissa. Tutkimukseni pohjalta nousee joitakin tutkimuskohteita uusien tutkimusten avulla selvitettäväksi. Arvioin myös, miten käytäntöjen teoria soveltui tutkimuksen työvälineeksi.

## 2. TUTKIMUKSEN LÄHESTYMISTAPA

Tämän tutkimuksen filosofinen perusta on siis fenomenologiassa. Jokapäiväinen elämä esittäytyy ihmisten tulkitsemana todellisuutena ja subjektiivisesti merkityksellisenä maailmana. Fenomenologinen lähestymistapa on hyvin sopiva jokapäiväisen elämän subjektiivisten kokemusten tutkimiseen. (Berger & Luckmann 1994, 29) Tuota lähestymistapaa käyttävissä tutkimuksissa keskitytään yksilön arkipäiväisen kokemusmaailman tarkasteluun. Ilmiöitä kuvaillaan ja pidättydytään niiden kausaalisesta selittämisestä.

### 2.1.KÄYTÄNTÖJEN TEORIA

Kulutustutkimuksessa käytäntöjen teorian mukainen lähestymistapa täydentää muita vallalla olleita kulutuskulttuurin lähestymistapoja. Vallitsevia lähestymistapoja on tutkijoiden (Arsel & Bean 2013, 900; Halkier & Iben 2011, 103; Shove, Pantzar et al. 2012, 5; Warde 2014, 285). mukaan kolmea erilaista:

- toisaalta kuluttajan kognitiivista päättelyä ja rationaalisia valintoja korostavia,
- toisaalta bourdieulaista kulttuuristen rakenteiden esimerkiksi, elämäntyylien vaikutusta korostavia tai
- symbolista kuluttamista kuluttajan identiteetin rakentamisen ja itseilmaisun näkökulmasta tarkastelevaa (esim. Giddens 1991).

Käytäntöjen teoriassa kulutuksen ei siten nähdä lähtevän yksilön motiiveista ja valinnoista eikä kulutus ole kulttuurisen ulkoa tulevan ”käsikirjoituksen” tulosta. Kun elämäntyylien avulla kuluttamisesta pyritään löytämään joitain pysyviä tapoja, käytäntöjen teorian avulla tarkastellaan kuluttamisen tapoja taitona löytää ratkaisuja monien arkisten käytäntöjen ristitulella. Kulutuksen sosiaalinen monimuotoisuus, vaihtelevuus ja muuntuminen ovat käytäntöjen teorian kiinnostuksen kohteena (Halkier & Iben 2011, 103).

Kun tarkastellaan materiaa osana käytäntöjä, sen merkitys huomataan osana laajempaa yhteyttä. Tekninen kehitys ja muotoilu muuttavat esineiden koostumusta ja ulkonäköä. Tällöin materian merkitys ja käytäntö voivat muuttua. Käytäntöjä tarkastelemalla selviää, miten tuntemukset syntyvät sekä miten kuluttaja omaksuu uusia innovaatioita ja ottaa ne haltuunsa. Käytäntöjen teorian (Shove, Pantzar et al. 2012, 14) näkökulmasta käytäntöjen olemassaoloon tarvitaan konkreettisia ja abstrakteja elementtejä sekä tietotaitoa käytäntöjen harjoittamiseen. Tarkemmin esitettynä käytäntöjen elementit ovat:

- materia, mukaan lukien esineet, teknologia, kosketeltavat kokonaisuudet ja aineet, joista esineet koostuvat,
- tietotaito eli kyvyt, osaaminen, tietäminen, tekninen käyttötaito ja
- merkitykset – symboliset, mielikuva, käsitys, halut, toiveet, pyrkimykset.

Teoriassa huomioidaan siten myös materia, joka ei ole kuluttajan, käytäntöjen harjoittajan, omistuksessa tai edes hallussa. Käytäntöjä tarkastelemalla pystytään myös havaitsemaan, mikä vaikutus esineiden raaka-aineiden ja valmistusaineiden muutoksella on käytäntöihin (Trentmann 2009b, 297). Lisäksi käytäntöjen merkitys ei ole pelkästään materiaan merkityksen varassa, vaan tärkeää on myös se, miten materiaa käytetään. Niinkin yksinkertaisen asian kuin sekoittajavesihanojen tultua markkinoille jotkut ihmettelivät, minne kylmä ja kuuma vesi ovat kadonneet. Ihmiset joutuivat opettelemaan uuden tavan laskea vettä hanasta.

Elementtien välillä täytyy olla yhteys. Tuoli on säilyttänyt aseman kodeissa, koska istumisen käytäntö kaikkine elementteineen on ollut vahva pitkän aikaa (Trentmann 2009b, 298). Jos yhteys katkeaa, käytäntö loppuu tai elementit muuttuvat uuden käytäntöjen osiksi. Esimerkiksi ihmisillä on varastoissaan tarpeettomina eteisen puhelinpöytiä ja jopa vanhoja pöytäpuhelimia. Ne ovat alkuperäisessä käyttötarkoituksessaan menettäneet merkityksensä, koska tekniikka on muuttunut. Tällä hetkellä vaikuttaa siltä, että nämä esineet voivat saada uuden käytön retorisustusesineinä. Lämpimän veden johtaminen vesiputkia myöten ja suihkujen kehittyminen vähensivät kylpyammeiden käyttöä peseytymiseen. Suihkussa käynti sopi nopeaan elämänrytmiin ja muuttuneisiin hygieniavaatimuksiin. Nykyään ammeita asennetaan uudelleen koteihin. Nyt ne toimivat uuden käytännön elementtinä: nautinnollisen kylpyläkokemuksen mahdollistajina kotona.

Warde (2005, 134) ei erityisesti korostanut materiaa osana käytäntöjä, kun hän määritteli käytäntöjen koostuvan tekemisistä (*doings*) ja sanomisista (*sayings*). Käytännöt pohjautuvat yhteisesti jaettuihin käsityksiin, hiljaiseen tietoon, miltä pohjalta käytännöt asettavat rajat yksityisen kuluttajan käyttäytymiselle ilman, että tämä itse on tietoinen rajoituksista (Johnston 2018, 276). Warden mukaan käytännöt koostuvat:

- käsityksistä (*understandings*), joilla hän tarkoitti tietoa ja piilevää kulttuurista tietämystä,
- menettelytavoista (*procedures*), säännöistä ja
- sidonnaisuuksista (*engagements*), jotka pitävät sisällään tunnerkitykset ja tavoitteet. (ks. myös Schau, Muniz Jr et al. 2009).

Kulttuurisosiologi Reckwitz (2002) liittää Shoven, Pantzarin ja Watsonin tapaan käytäntöihin esineet ja muut aineelliset elementit. Reckwitzin mukaan käytäntö on rutiininomainen toimintatapa, jossa yhdistyvät kuluttajan ruumiilliset ja henkiset toiminnot, esineet ja niiden käyttäminen, taustatiedot ymmärtämisen, tietotaidon, tunnetilan ja motivaation muodossa. Kuluttajaa ei siten tarkastella yksilönä, vaan hänen henkisten ja fyysisten elementtiensä kautta.

Käytännöt muuntuvat koko ajan, osa niistä hiipuu ja uusia käytäntöjä syntyy. Pysyäkseen voimassa käytäntöä tulee harjoittaa toistuvasti tai se katoaa. Aika on siten sisällytetty käytäntöjen käsitteeseen. Muutoksia tapahtuu koko ajan jo senkin takia, että käytäntöjen harjoittaja harjaantuu ja siis hänen tietotaitonsa kehittyvät tai muuttuvat. Tällöin taidon karttuminen saattaa sinällään vahvistaa käytäntöjen sekä kuluttajan ja tavaran välisen suhteen jatkumista. Puuveneiden huolto ja ylläpito vaativat materiaalin tuntemusta, tietyn ajanjakson rakentamistavan tuntemista ja työtapojen opettelua. Veneestä tulee vähitellen omistajalleen hyvin läheinen, ja omistaja haluaa helliä sitä hyvällä huolenpidolla (Jalas 2009, 213).

Markkinoille tulee uuden teknologian tuotteita ja muoti muokkaa mielikuvia. Elementit ovat kuitenkin pysyvämpiä kuin käytännöt niin, että vaikkapa aiempien käytäntöjen lakattua ne voivat tulla osaksi uutta käytäntöä (Shove, Pantzar et al. 2012, 44). Esimerkiksi alppiihtoharrastajista moni on siirtynyt laskettelusta lumilautailuun, uudenlaiset tekstiilit ovat vähentäneet vaatteiden silittämistä ja elokuvien vuokraaminen ja tallentaminen on siirtynyt VHS-kaseista pilvipalveluiden avulla tehtäväksi. Pakastimien tulo markkinoille muutti ruoan valmistamisen ja varastoinnin käytäntöjä. Samalta vaikuttava käytäntö kuten kotona pakastaminen voi merkitä eri asioita kuluttajille: toisin sanoen se voi koostua hyvin erilaisista elementeistä. Brittiläisen tutkimuksen mukaan joidenkin haastateltavien mielestä kotipakastimet mahdollistivat aterioiden suunnittelun etukäteen, toisten mielestä ne päinvastoin vapauttivat suunnittelun tarpeelta ja joillekin ne mahdollistivat napostelemisen (Shove 2003, 170).

Käytännöt ovat siis tunnistettavia arkisia tavanomaisiakin tapahtumia, joilla on tekijä. Tekijällä, kuluttajalla, on halu ja kyky toteuttaa käytäntö aineellisia ja abstrakteja elementtejä hyödyntäen. Shove (2009, 22) pohtii sitä, että käytännöt joutuvat tavallaan kilpailemaan kuluttajan resursseista – ajankäytöstä, aivokapasiteetista, osaamisesta ja hänen omistamastaan materiaasta.

Eri käytännöt liittyvät toisiinsa monella lailla kuluttajan kodin sisällä. Ne ovat myös yhä enemmän sidoksissa ajallisesti ja aikataulullisesti kodin ulkopuoliseen ympäristöön (Schatzki 2009). Tällainen yhteensovittamisen vaatimus ilmenee selvimmin silloin, kun rytmityksessä tapahtuu häiriö vaikkapa

liikenneuhkina (Trentmann 2009b). Jouluaattona suomalaisia kehoitetaan porrastamaan aaton saunassa käyntinsä eri aikoihin, jotta sähköjakeluun ei tulisi häiriötä. Kodin piirissä käytäntöjen keskinäinen riippuvuus on jokapäiväistä. Vaikkapa ateriointia ennen ruoka täytyy valmistaa tai hankkia jostain. Avokeittiö mahdollistaa ruuan valmistamisen, syömisen ja seurustelemisen samanaikaisesti. Aterian ajankohta riippuu perheenjäsenten töihin, harrastuksiin tai kouluun menemisen ja tulemisen ajankohdista ja esimerkiksi liikennevälineiden aikatauluista. Arkielämän rytmi on tulosta eri käytäntöjen ajallisesta ja paikallisesta yhteensovittamisesta (Shove, Trentmann et al. 2009, 10).

Käytäntöjen keskinäisen riippuvuuden perusteella teoria jaottelee käytännöt löysästi yhteen kuuluviksi ryppäiksi (*bundles*) ja kiinteästi toisistaan riippuvaisiksi kokonaisuuksiksi (*complexes*). Yhdistelmissä yksi käytäntö voi olla hallitseva ja toiset sitä täydentäviä. (Shove, Pantzar et al. 2012) Yksittäisten käytäntöjen muuntumisen lisäksi myös kuluttajan harjoittamien käytäntöjen kombinaatiot muuntuvat jatkuvasti.

Vaikka kuluttajat toimivat omalla tavallaan ja jokaisella kuluttajalla on siten erilaiset käytännöt samanlaisessakin tilanteessa, vie käytäntöjen teoria huomion yksilön haluista ja valinnoista kollektiiviseen suuntaan. Kuluttaja nähdään yhtenä toimijana sosiokulttuurisessa verkostossa, josta hän ammentaa merkityksiä, tiedostamattaankin. Verrattuna suhteellisen vakiintuneeseen kulutuskulttuuriseen tutkimusperinteeseen käytäntöjen teoria korostaa tekemistä ajattelemisen sijaan, materiaa symbolien sijaan ja sisäistettyjä käytännön kyvykkyyskäsitteitä itseilmaisun muotojen asemesta (Warde 2014, 286).

Warden (2014, 294–297) mukaan käytäntöjen teoria ei kuitenkaan ole itsenäinen teoria vaan yksi kulutuskulttuurin tutkimuksen lähestymistapa. Käytäntöjen teorian ongelmakohtia ovat muun muassa käytännön rajat eli missä yksi käytäntö muuttuu toiseksi ja se, mitä tarkalleen ottaen tarkoitetaan tavanomaisella ja rutiininomaisella toiminnalla. Lisäksi teoria antaa ristiriitaisia tulkintoja yhteisesti jaettujen normien, standardien ja instituutioiden vaikutuksesta kuluttajiin. Käytäntöjen teorian ansioksi hän lukee materian – työvälineistä infrastruktuuriin – keskeisen roolin käytäntöjen tutkimisessa. Tavarat ja esineet ovat siten toimijoita käytännöissä eivätkä pelkästään merkityksen lähteitä. Pölynimuri on ensisijaisesti aktiivinen toimija kodin siivouksessa eikä niinkään ihastusta herättää merkkিতavara.

Haartman, Wiertz ja Arnould (2011) kritisoivat suorituskeskeistä merkitysten rakentumista. Heidän mielestään kuluttamista käytännön aikana ja niiden ympärillä ei ole pohdittu riittävästi. Samalta



vaikuttava käytäntö tuottaa erilaisia kulutuskokemuksia. Heidän esimerkissään puutarhaharrastajien verkkokeskustelusivuille neuvoja, ohjeita, videoita ja muuta materiaalia tuottavat henkilöt saavat asiantuntija-arvostusta verkkoyhteisössä. Sen sijaan neuvoja lukevat ja videoita katsovat yhteisön jäsenet mahdollisesti kartuttavat tietämystään, kulttuuripääomaansa. Siten käytännön suorittaminen, toiminta – esimerkiksi kirjoittaminen verkkosivuille – tuottaa materiaa edelleen muiden käytettäväksi.

Jos tukeutuisin täydellisesti käytäntöjen teoriaan aineistoni lukemisen kehyksenä, joutuisin pohtimaan, mikä on se käytäntö tai ne käytännöt, jotka tuottavat käytäntökokonaisuuden kodin tuntu. Jos kodin tuntu rakentuu useista peräkkäisistä ja rinnakkaisista käytännöistä, missä merkitykset syntyvät ja missä ne sijaitsevat? Lisäksi käytäntöjen teoriassa on teoreettisia tai käsitteellisiä puutteita. Mikä tarkalleen ottaen on sosiaalisen vuorovaikutuksen rooli siinä (Halkier & Iben 2011, 118)? Teoriassa sosiaalista vuorovaikutusta pidetään lähtökohtaoletuksena ja sosiaalinen vuorovaikutus on läsnä tarkastelussa vähintäänkin epäsuorasti.

Koska käytäntöjen teoriassa kuluttajaa ei pidetä markkinavoimien vieteltävänä objektina (Johnston 2018, 278), tarkoitetaanko käytännöllä jonkinlaista kuluttajan taustalla vaikuttavaa resurssien kokonaisuutta, joka ilmenee toimintataipumuksena? Tämä toimintataipumus ei olisi kuitenkaan ”isoveli valvoo” (Orwell 1949) -tyyppinen pakottava tapa toimia. Mielestäni käytäntöjen teoria on liian epämääräinen tutkimukseni ainoana lähestymistapana (vertaa Johnston 2018, 276). Uskon optimistisesti Giddensin (1991) tavoin, että kuluttajat kykenevät aktiivisesti pohtimaan oman identiteetin ja toiminnan mahdollisuuksia muuttuneissa sosiaalisissa puitteissa. Näissä puitteissa elämäntyylivalinnat ilmenevät muun muassa käytäntöinä ja suhtautumisena tavaraan. Kuitenkin käytäntöjen teoria sai minut tutkimaan erikseen kodin materiahankintoja ja hankintojen takana vaikuttavia tekijöitä.

Viihtyminen vaikuttaa olevan keskeistä kodista puhuttaessa. En katsonut voivani sivuuttaa yksittäisen kuluttajan aistimusten kautta mielessä syntyviä tuntemuksia, jotka vaikuttavat kodin tunnun syntymiseen, vaikka käytäntöjen teorian mukaista ei ole tarkastella yksilön tuntemuksia eikä symbolista kuluttamista (Warde 2014, 286).

Sosiaalisen vuorovaikutuksen roolia käytännöissä on tutkittu yhdessä kodin sisustamiseen liittyvässä ja käytäntöjen teoriaa soveltavassa tutkimuksessa (Arsel & Bean 2013). Arsel ja Bean etsivät makumerkityksien vaikutusmekanismeja kodin sisustamisen blogista moninaiseksi mediaksi

laajentuneesta *Apartment Therapy*<sup>1</sup>. He väittävät, että käytännön muuttumiseen vaikuttaa yhteisössä vallitseva säätelymekanismi, joka määrittää käytännöille hyväksyttävät tavoitteet, säännöt, tekemiset ja tunteet. Heidän *Apartment Therapy* -yhteisöstä löytämänsä makujärjestelmä on osoitus tällaisen mekanismin olemassaolosta. Makujärjestelmää muokkaavat kaikki järjestelmässä mukana olevat ihmiset niin, että tuloksena on yhteisön yhteisesti hyväksymä maku. Makujärjestelmän avulla voidaan havaita, kuinka esteettinen maku muokkaa preferenssejä esineitä kohtaan, niiden käyttämisen tapoja ja esineisiin liittyviä merkityksiä. Yhteisöllä on siten vaikutusmekanismi käytännön ilmenemiseen ja muuttumiseen. Tämä vaikutusmekanismi lienee ilmentymä niin sanotuista henkisistä kartoista, joiden avulla kuluttajat määrittävät omaa makuaan esineisiin, tavaroihin, ihmisiin ja käytäntöihin (Gronow & Warde 2001, 222). Arvioitavaksi tulevat paitsi esteettiset, tyyllilliset ja muut ominaisuudet myös moraaliset arviot hyvästä, huonosta ja kohtuudesta.

Tällainen kulttuurisen yhteisön omaksuma merkitysjärjestelmä, joka antaa merkitystulkintoja ja tulkintasääntöjä yhteisön jäsenille, on selvä osoitus käytäntöjen teorian kuulumisesta kulttuurisen kulutustutkimuksen piiriin (CCT, *consumer culture theory*, ks. esim. Arnould & Thompson 2005). Nykyaikaisessa yhteiskunnassa tiedotusvälineillä on iso rooli vaikutusten välittäjänä. Kuluttajat itse osallistuvat nykyään tiedon tuottamiseen mitä erilaisemmissa virtuaaliyhteisöissä. Heillä on siten kaksoisrooli näissä yhteisöissä: he ottavat vaikutteita yhteisöstä ja muokkaavat yhteisön yhteiseksi tulevia mielipiteitä, käsityksiä ja merkityksiä.

Käytäntöjen teorian mukaan kokemus syntyy siitä kokonaisuudesta, mikä tekemiseen tarvitaan ja mitä tekemisen kautta syntyy. Merkitys ei siten ole pelkästään esineiden sisään rakennettu ominaisuus tai esineiden välittämä merkitysviesti kuluttajan pään sisällä käsiteltäväksi ja muille ihmisille näytettäväksi. Teoria sisältää sen, että merkitysten syntymisessä kuluttajan sosiokulttuurisella ympäristöllä on vaikutusta merkitysten rakentumiseen. Teoriassa huomioidaan lisäksi taustalla vaikuttavat tiedostamattomat, hiljaiset tiedot (Reckwitz 2002, 246). Tekninen kehitys ja kuluttajan omien taitojen oppiminen ja karttuminen muuttavat kuluttajien elämää materiaalin kanssa toimittaessa (Trentmann 2009c, 297). Vaikka globalisaatio on tunkeutunut läpi koko (ainakin) läntisen maailman, kulutuksessa se ei Trentmannin (2009a, 206) mukaan ole johtanut yhdenmukaisuuteen. Edelleen niin Euroopan kansojen välillä kuin myös eri maanosien välillä on paljon vaihtelua kuluttamisen käytännöissä ja kulutustavoissa.

---

<sup>1</sup> ks. <http://www.apartmenttherapy.com/>

Pidin tutkimukseni kannalta käytäntöjen teoriassa antoisana sitä, että voin lähteä tarkastelemaan kodin tuntua sen osatekijöistä käsin. Erityisesti kuluttajan osaamisen ja tietämyksen sekä tietämykseen vaikuttavien tekijöiden yhdistäminen pyrkimykseen, mielikuviin ja materiaan vaikutti mielenkiintoiselta selvitystyöltä. Käytän tässä tutkimuksessa käsitteen elementti asemesta osatekijä. Tämä valinta perustuu siihen, että luen tutkimuksessani kodin tunnun osatekijöihin muitakin asioita kuin mitä käytäntöjen teoriassa käsitetään elementtien olevan.

Minulle oli kuitenkin vierasta käsittää kuluttaja käytännön kuljettajana tai kantajana, kuten teoriassa todetaan (Reckwitz 2002, 250; Shove, Pantzar & Watson 2012, 7). Olkoonkin, että Reckwitz halusi huomion pois yksilön pään sisältä käytäntöihin siksi, että esimerkiksi tietotaitoa ei tarkasteltaisi yksilön ominaisuutena, vaan välttämättömänä käytännön elementtinä. Kuitenkin on vaarana, että käytännön kuljettajana kuluttaja voitaisiin käsittää jonkinlaisena ulkoisten voimien ajopuuna (Johnston 2018, 278). Tämän näkemyksen osalta minusta käytäntöjen teorian kehittäjät ovat menneet liian pitkälle, kun he halusivat tuoda uudenlaisen näkökulman kulutustutkimukseen aiemman yksilöllistä valintaa tai sosiaalisia rakenteita korostavaan tutkimusperinteeseen (ks. Halkier & Iben 2011, 103; Soron 2017, 132). Koska halusin tutkia kodin tuntua jäsenytyneenä kokonaisuutena, tarkastelunäkökulman sijoittaminen kuluttajan ulkopuolelle tuntui kuitenkin sopivalta.

Epistemologisessa mielessä en sovello käytäntöjen teoriaa ja sen näkemystä tiedon tuottamiseksi pelkästään käytännön avulla, vaan se toimii tutkimuksessani heuristiikkana (Reckwitz 2002, 257): oivaltamisen apuvälineenä. Pidän tutkimuksessani tekemisiä (*doings*), asumisen ja sisustamisen tapoja sekä arkielämän rytmiä kodin tunnun osatekijöinä. Sosiologi Warden (2014, 280) mukaan teorian käyttömerkitys tutkimuksessa on, että se toimii valikoivan huomion työkaluna. Teoria antaa vihjeitä, mitä kokonaisuuksia ja niiden välisiä suhteita kannattaa etsiä. Huomion suuntaamisessa käytäntöjen teoria toimi siten tutkimukseni apuvälineenä.

Vaikka Shove, Pantzar ja Watson (2012, 23) ottavat käytäntöjen teoriaan mukaan ”merkitykset” yhdeksi käytännön elementiksi, jouduin etsimään merkityksien syntymisestä ja välittymisestä lisätietoa käytäntöjen teorian ulkopuolelta. Käytäntöjen teoriassa käytäntöjen dynamiikka – muutos tai pysyvyys – on tarkastelun ytimessä. Niinpä on perusteltua tarkastella elementtien, esimerkiksi merkitysten syntymistä ja välittymistä.

Kun edellä tarkastelin käytäntöjen teoriaa, käytäntösana sai teorian mukaisen sisällön. Kuitenkin katsoin, että tutkimukseni kannalta käytäntö tarkoittaa ehkäpä yksinkertaisempaa asiaa. Käytän käytäntöä siinä merkityksessä, miten Ilmonen (2007, 187) määritteli konvention. Hänen

määrittelemään konventio on tapaan perustuva toiminnan muoto. Siihen liittyy päivittäisiä rutineja. Konventioissa yhdistyvät nykyhetki ja menneisyys, sillä kokemuksen kautta niihin tulee opittuja vaikutuksia menneisyydestä. Edelleen Ilmonen kirjoittaa konventioiden olevan ruumiillisia käytäntöjä, jotka ilmaisevat sosiaalisia ja tunteisiin liittyviä asenteita. Tällä tavoin ne ovat sidoksissa myös ympäröivään sosiaaliseen ympäristöön. Mielestäni useissa tutkimuksissa, joissa tarkastellaan käytäntöjä (*practice*), käytännön merkityssisältö on lähellä Ilmosen konventio määritelmää.

## 2.2.MERKITYKSIEN ALKUPERÄ

Kulttuurin tutkimuksessa on 1980-luvulta lähtien korostettu, että todellisuus on kuluttajalle olemassa merkitysvälitteisesti (Alasuutari 1999, 60–63). Yhteiskuntatieteellinen tutkimus on siten ollut kulttuurin tutkimuksen näkökulmasta merkitysten tutkimista. Merkityksiä voidaan tarkastella monesta näkökulmasta. Kulutustutkimuksessa on pitkään ollut vallalla käsitys, että tavaroiden avulla viestitään identiteettiä ja yhteiskunnallista asemaa muille ihmisille (Trentmann 2009c, 288). Tällöin tavaroiden merkitys nähdään välittäjänä, viestinviejänä toimimisena. Veblenin (1899/2002) ja Bourdieun (1979/1994) teoriat ovat Trentmannin mukaan tyypiesimerkkejä tällaisesta ajattelusta.

Merkitykset ovat ympäröivän kulttuurin tuotoksia. Samalla ne edelleen muokkaavat kulutuskulttuuria ollessaan ihmisten käytössä ja tulkinnassa. Campbell näkee kulutuskulttuurissa elävän kuluttajan käsityöläisenä, joka hyödyntää massamarkkinoiden tuotteita oman luomisprosessinsa raaka-aineina (Campbell 2005, 28). Luomisprosessilla hän tarkoittaa tavalla tai toisella jo hankittujen tuotteiden ottamista osaksi kuluttajan omaa merkitysmaailmaa. Yksittäisillä vaatekappaleilla tehdään oman maun mukaisia miellyttäviä asukokonaisuuksia, huonekaluilla ja koriste-esineillä luodaan oman kodin tyyli, peruslihapullien rinnalle luodaan kaupan elintarvikkeista mitä erilaisempia ruokia. Visuaalisesti yksi esine onkin moni näkijästä ja kokijasta riippuen.

Kulutussyhteiskunnan valinnan- ja tulkinnanvapaudesta johtuva pirstaloituminen merkitsee psykologi Schwarzin (2004, 104) mukaan yksittäisen ihmisen kannalta vaikeutunutta arkielämän hallintaa. Kuluttajien ratkottavana on yhä enemmän pieniä valintoja, jotka yksittäisinä päätöksinä ovat monesti yksinkertaisia. Elämänhallinnan vaikeus perustuu näiden päätöstilanteiden runsauteen. Tilannetta helpottavat säännönmukaiset tavat toimia. Lisäksi kuluttajat haluavat avukseen tietoa siitä, miten muut ihmiset ovat valintansa tehneet (Jallinoja 2000, 183).

Kuitenkaan kenelläkään ei ole mahdollisuutta tietää kaikkien toisten kuluttajien tuttuhinkin tavaroihin liittämää merkitystä tai merkityksiä. Siten merkitysten välittämisen välikielillä, esimerkiksi tiedotusvälineillä on suuri vaikutus kuluttajiin. Siksi sisustamisen, remontoimisen,

ruuanvalmistamisen, leipomisen, vaatteiden valmistamisen, pukeutumisen, puutarhanhoidon ja muiden kodin piiriin liittyvillä tv-ohjelmilla, aikakauslehdillä, blogeilla ja nettioppailla on omat aktiiviset katsoja- ja lukijakuntansa. Yhä merkittävämpi rooli merkitysten muokkaajana, jonkinlaisena esivalitsijana ja esitulkitsijana, on kuluttajayhteisöillä kuten esimerkiksi *Apartment Therapy* -yhteisöllä. Muiden ihmisten ja ympäristön viestien vaikutus merkitysten luomisessa ja omaksumisessa on suuri erityisesti silloin, kun kuluttajalla ei ole henkilökohtaista kokemusta tietyistä tavarasta. Richins (1994, 517) käyttää tällaisesta tilanteesta nimitystä julkinen merkitys (*public meaning*). Yksityisiä merkityksiä (*private meaning*) ihmiset jalostavat jatkuvasti oman kokemuksen karttuessa. Yksityisen ja julkisen merkityksen välillä voi olla erilaisia eroja. Kuluttaja saattaa ajan mittaan kyllästyä johonkin tavaraan tai todeta sen tarpeettomaksi, vaikka muut ihmiset pitäisivätkin sitä merkittävänä. Käytetyn tavarann kauppapaikat menestyvät hyvin tällaisen ilmiön perusteella. Vastakkaisessa tilanteessa ihminen saattaa pitää omistamaansa tavaraa mieluisana, vaikka muoti, tekniikan kehittyminen tai jokin muu ajankohtaisuus olisi kuluttanut sen vanhanaikaiseksi. Merkitykset eivät siten muodostu vain riippumattoman yksilön vaan myös kulttuurin vaikutuksen myötä tietyssä ympäristössä, mutta kuitenkin jokaisen tulkinta on erilainen (Miller 1997, 82–87).

Miller (1998, 114) esittääkin kysymyksiä merkkien kuluttamisesta: onko toiminnalla, joka on selvästi kaikkien nähtävissä, sama merkitys kaikille? Miten merkityksestä tehdään viesti? Vastauksena näihin kysymyksiin tuon esille Bourdieun (1979/1994, 241; Sulkunen 2006, 139) merkityksen käsitteen. Bourdieu puhuu käytännöistä, joihin sekä toimijat itse että muut ihmiset liittävät merkityksiä. Merkitykset ovat tilanteeseen sidottuja yksilöllisiä luomuksia, mutta muiden ihmisten tulkinta toiminnasta on suurelta osin toimijan aikomusten ulottumattomissa ja tilanteen varassa. Käsittäakseni Bourdieun ”käytännön” sisältö merkitysten luomisprosessissa on lähellä McCrackenin (1988) ja Douglas ja Isherwoodin (1980) rituaalien kanssa. Näissä rituaaleissa kuluttajat tuovat aineellisten esineiden avulla abstraktin merkityksen näkyväksi. Ajatuksen kompleksisuutta lisää se, että ihminen kantaa monenlaisia merkityksiä samanaikaisesti: vaatteet, miten henkilö kantaa vaatteitaan, ryhti, käyttäytymistavat, puheen ääntäminen – kaikki nämä ovat merkkejä, joita kanssaihmiset rekisteröivät miellyttäviksi tai epämiellyttäviksi. Vaikka toiminta on tietoista, tietoisuus ei ole täydellinen, aikomukset toteutuvat harvoin täsmälleen toivotulla tavalla ja ilmaisut ymmärretään usein toisin kuin on tarkoitettu. Kyseessä on jälleen interaktiivinen prosessi, jossa kaikki osapuolet vaikuttavat viestin merkityksen laadintaan, esittämiseen ja tulkintaan.

Kulutuskulttuurissa siis merkitysten muokausprosessit ovat jatkuvasti muuntuvia. Osa tästä jatkuvuudesta perustuu siihen, että kuluttajien tavoittelemien merkitysten ja todellisuuden välillä on lähes aina eroa: ihminen idealisoi aina jotain, mikä ei ole tässä ja nyt. Ideaali voi olla ajallisesti

muualla ”kultaisessa nuoruudessa” tai tulevaisuudessa ”sitten, kun...” tai eri paikassa <sup>2</sup> (McCracken 1988, 105–106). Aina on siten jotain saavutettavaa. Kuluttamisen ja onnellisuuden välistä yhteyttä tutkinut taloustieteilijä Tibor Scitovsky (1992, 62) selittää tämän sillä, että ihminen tuntee enemmän mielihyvää pyrkinessään päämääriinsä kuin saavuttaessaan päämääränsä. Päämäärien tavoittelu sinällään tuo mielihyvää. Kaiken lisäksi maailma ympärillämme, myös tavaramaailma, muuttuu jatkuvasti ja siten ihmiset joutuvat koko ajan suhteuttamaan itsensä alati muuttuvaan ympäristöön. Myös kaikkein varakkaimmat henkilöt pystyvät luomaan uusia ideaaleja, jotka ovat vähemmän varakkaille vaikeasti saavutettavia. Tällaisina vaikeasti tavoitettavina päämäärinä McCracken (1988, 104–105) mainitsee harvinaisten esineiden kerääminen. Antiikkiesineiden viehätys piilee siinä, että niitä ei enää valmisteta; taide-esineiden siinä, että niistä jokainen on erilainen. Joka tapauksessa näidenkin esineiden erinomaisuus on subjektiivinen ominaisuus, jolla on merkitystä esineiden omistajalle.

Yhden tuotteen mukanaan tuoma merkitys harvoin yksinään täyttää ihanteen tavoitteita. McCracken (1988, 118) käyttää tästä ilmiöstä nimitystä Diderot-vaikutus (*Diderot effect*) tai Diderot-yhteys (*Diderot unity*) 1700-luvulla eläneen valistusfilosofi Denis Diderot'n mukaan. Sopiakseen kuluttajan mielikuviin, ollakseen kuluttajalle mieliksi, tavarat tulee sopia yhteen kuluttajan aiemman ja nykyisen elämän (tavaroineen) kanssa. Jotta tuote miellyttäisi kuluttajaa, se ei siis saa poiketa liiaksi aiemmasta kuluttajan yksilöllisestä tavaramaailmasta. Tavarat ja ylipäätään materia täydentävät täten toisiaan ja niiden tulee viestiä keskenään. Tällaisessa tapauksessa Diderot-vaikutus ylläpitää olemassa olevaa makua. Mikäli näin ei ole, vaan kuluttajan elämän uusi tulokas poikkeaa merkittävästi aiemmasta mausta, saattaa seurauksena olla maun uudelleen järjestely ja uuden tulokkaan kanssa yhteen sopivien tuotteiden hankinta, kuten kävi Diderot'lle. Diderot huomasi päätyneensä sisustamaan kokonaisen huoneen uudelleen vain siksi, että oli saanut lahjaksi uuden kotitakin.<sup>3</sup> Pantzar (2000, 135) sanoo, että jopa kodinkoneet muodostavat keskinäisiä suhteita, kuten esimerkiksi tietokone ja tulostin. Saavutettuaan vakiintuneen aseman kuluttajien kotona tavarat kiinnittyvät osaksi kuluttajan elämäntavan toimintakokonaisuutta (ks. myös Miller 2010). Niinpä kukaan ei tänä päivänä kyseenalaista pyykinpesukoneen kuulumista suomalaisen kotiin.

Taustalle häviävä materia voi siis olla hyvinkin merkityksellinen, mutta ei aina. Pukeutumisen roolista eri kulttuureissa Miller (2010, 18) kertoo, että Trinidadissa ihmisen näkyvä ulkoinen olemus vaatteineen on todellisempi kuin ihmisen sisin. Se mikä ei ole näkyvissä, saatetaan Trinidadissa

<sup>2</sup> McCracken käyttää ilmaisua ”displaced meaning”, mikä tarkoittaa jotensakin sijoiltaan olevaa merkitystä

<sup>3</sup> Dressing gown, millä nykyään voidaan ymmärtää kylpytakia tai oloasua tai kotiasua

tulkita epärehellisyudeksi. Toisena vaate-esimerkkinä hän esittelee intialaisten naisten käyttämän *sarin*, joka on vartalon ympärille kiedottava kuusimetrisen kangaspala. Lähtökohtaisesta yksinkertaisuudesta huolimatta *sari* on monipuolinen. Se on kuin näyttämö, joka mahdollistaa monenlaiset roolit. Se on kätevä käytännön asioissa, sen avulla voi käyttää valtaa, viettelysvoimaa, ilmaista tunteita ja ylläpitää ihmissuhteita. Miller väittää, että intialaisessa kulttuurissa *sari* tekee naisen (mt., 30–36). Näissä kulttuureissa sosiaaliset normit ja kulttuurin käytännöt ovat hyvin säänneltyjä. Sen sijaan länsimaissa kuluttajille on annettu valinnanvapaus, normit ovat löystyneet ja vaatevalikoima on valtava, muotilehdet ja muotibloggaajat opastavat pukeutumisessa. Niinpä länsimaissa vaatteiden avulla on nykyisin vaikeaa ilmaista identiteettiään.

### 2.3.MERKITYSTEN VÄLITTYMINEN

Tämän päivän kulutuskulttuurissa joukkotiedotusvälineillä ja kuluttajayhteisöillä on merkittävä vaikutusvalta erilaisten merkitysten välittäjinä markkinoilta kuluttajille ja kuluttajien välillä. Tiedosta ja tiedonvälityksestä on tullut sosiaalisia suhteita muodostava tekijä (Ilmonen 2007, 288). Syntyy kansainvälisiä makuja. Kuluttajat itse osallistuvat nykyään tiedon tuottamiseen erilaisissa virtuaaliyhteisöissä, kuten amerikkalaisessa nettiyhteisössä *apartmenttherapy.com*. Tästä kodin sisustamisen blogista moninaiseksi mediaksi laajentuneesta *Apartment Therapysta*<sup>4</sup> Arsel ja Bean (2013) etsivät makumerkityksien vaikutusmekanismeja. He väittävät, että käytännön muuttumiseen vaikuttaa yhteisössä vallitseva säätelymekanismi, joka määrittää käytännöille hyväksyttävät tavoitteet, säännöt, tekemiset ja tunteet. Heidän yhteisöstä löytämänsä makujärjestelmä on osoitus tällaisen mekanismin olemassaolosta. Makujärjestelmää muokkaavat kaikki järjestelmässä mukana olevat ihmiset niin, että tuloksena on yhteisön yhteisesti hyväksymä maku. Makujärjestelmän avulla voidaan havaita, kuinka esteettinen maku muokkaa sekä preferenssejä esineitä kohtaan, että niiden käyttämisen tapoja ja esineisiin liittyviä merkityksiä.

Koti on kuitenkin lähtökohtaisesti yksityinen tila. Naapuruston, makuyhteisön tai muiden toisten ihmisten vaikutus kuluttajan kodin sisällä olevien materian merkityksiin riippuu siitä, kuinka avoin koti on ulkopuolisille ihmisille. Esimerkiksi keittiössä toiminnallisuus korostuu, kun siellä tehdään vain kotiaskeita eikä perheenjäsenten ulkopuolisia ihmisiä päästetä käymään keittiössä (Southerton 2001, 196–199). Mutta jos kotona käy vieraita tai keittiö on perheen yhteinen seurustelupaikka, esteettisyys ja keittiön tyyli tulevat merkityksellisiksi. Bourdieun (1979/1994, 247) aikana ideaalikodissa esteettisten ominaisuuksien merkitys kasvoi mentäessä sosiaalisessa hierarkiassa

<sup>4</sup> kts <http://www.apartmenttherapy.com/>

työnväenluokasta ylöspäin ja toiminnallisten ominaisuuksien, kuten puhtaana pitämisen helppouden merkitys väheni.

Vaikka kodin materian merkitykseen vaikuttavat ihmiset, joiden kanssa asutaan sekä muut mielessä olevat ihmiset ja ihmisryhmät, joilta vaikutteita saadaan tai haetaan, on merkitys lopulta aina kuluttajan subjektiivinen kokemus. Kodin materian on läpäistävä sopeutumisprosessi kodin käytäntöihin (Epp & Price 2010, 827; Paavilainen 2013, 30). Edes ammattimuotoilija ei voi suunnitella tuotteen (tai palvelun) aikaansaamaa merkitystä, sillä merkitys ei ole merkkitarvotuksien huolellisesti suunniteltu tuotteen sisään rakennettu ominaisuus. Muotoilijat pyrkivät tuomaan esille tuotteen ominaisuuksia, jotka parantavat käytettävyyttä, esteettistä mielihyvää ja sosiaalista hyväksyttävyyttä tietyissä piireissä (Volonté 2010). Tuotteet (ja palvelut) on tähän mennessä muotoiltu näiden suunniteltujen viestien viejäksi niin, että kuluttaja tulkitseisi niiden merkityksen mahdollisimman paljon suunnittelijan ajattelemalla tavalla. Mutta lopullinen muotoilu tapahtuu käyttäjän mielikuvissa.

Kulutuskulttuuri on muovannut myös yritysten markkinoinnin lähtökohtien määrittäystä. Tällainen uudenlainen näkemys kulutustavaroiden, kuluttajien, teollisuuden ja markkinointiin osallistuvien organisaatioiden välisestä suhteesta tulee esille Luschin ja Vargon (2006, 3–7) niin sanotun markkinoinnin palvelulogiikan selvityksessä. He korostavat Arnouldin ja Thompsonin (2005) tapaan, että kuluttaja on tuottaja – kuluttaja tuottaa yhdessä markkinoijan ja tuotteiden kanssa merkitysarvoa (*value*) (ks. myös Heinonen 1998, 382). Yritykset eivät voi tuottaa suoraan merkityksiä kuluttajille, ainoastaan ehdotuksia tai vihjeitä. Tuotteet toimivatkin tällä tavoin välillisesti, sillä niihin sisältyy resursseja (*operand resources*), joiden avulla kuluttajat tuottavat merkityksiä. Heidän mielestään kuluttajat saavat tällä tavoin enemmän irti rajallisista luonnonvaroista ja teollisuuden tuotteista, sillä he voivat löytää samoista ”resursseista” erilaisia merkityksiä. Kuluttajan tietotaidot vaikuttavat merkitysten tuottamisessa myös välittävänä resursseina (*operant resources*), jotka ovat hyvin merkittäviä resursseja. Abstraktit tekijät ovat siis markkinoilla konkreettisia tekijöitä tärkeämpiä.

Minun tulkintani edellä esitetystä Arselin ja Beanin kehittämästä makujärjestelmästä on, että se tarkoittaa McCrackenin (1988, 72) merkitysten syntymistä ja välittymistä kuvaavaa mekanismia, josta kaaviokuva on sivulla 33 (Kuva 1). McCrackenin mukaan tavaroihin linkittyvien merkitysten alkulähde on ympäröivässä ”kulttuurisesti rakentuneessa maailmassa”, joka määrittää, miten asiat nähdään ja ymmärretään. Kulttuurinen maailma myös luo sosiaalisen toiminnan säännöt (ks. myös Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 50). Vaikkapa jaottelu työ- ja vapaa-aikaan on kulttuurin sanelema. Konkreettisemmin esimerkiksi Ikean pöytien materiaaleilla ja muodoilla on erilaiset



merkitykset eri puolilla maailmaa (Björkvall & Karlsson 2011). Australiassa perinteiset ruokapöydät ovat olleet jykeviä, sillä ne valmistettiin massiivisesta tummasta puusta. Niinpä vaalea mäntyinen pöytä siroine jalkoineen vaikuttaa modernilta. Sen sijaan aasialaista alkuperää oleville kuluttajille kaikki puiset ruokapöydät edustavat mennyttä maailmaa ja maaseutua. Maalla kuka tahansa vähänkin käsityötaitoinen kykeni itse valmistamaan sellaisen. Sen sijaan lasipöytä, jossa on myös metalliosia, edustaa modernia teollista tuotantoa ja on siten arvokkaampi kuin puinen pöytä. Samaiset lasipöydät olivat tutkimukseen osallistuneiden ruotsalaisten ja amerikkalaisten mielestä epäkäytännöllisiä. (mt., 154–160).

Edelleen McCracken (1988, 72) toteaa, että merkitykset ovat jatkuvassa liikkeessä ympäröivästä kulttuurisesta ympäristöstä tavaroihin, tavaroista yksittäisiin kuluttajiin ja takaisinpäin. Merkitykset siirtyvät sekä viestimisen että käytännön avulla. Muotoilijat, tavaroiden valmistajat, markkinoijat ja toiset kuluttajat toimivat merkitysten välittäjinä kulttuurisen ympäristön, tavaroiden ja kuluttajien välillä. Toisin sanoen nämä välittäjät tulkitsevat kulttuurisia merkityksiä ja luovat käytännöt merkityksien jakamiselle. Ne toimivat eräänlaisina portinvartijoina (ks. myös Moisander 2005, 41). Kuluttajaryhmät osallistuvat merkitysten välittämiseen myös McCracken (1988, 81) mukaan. Hän mainitsee 1980-luvun lopulla ilmestyneessä kirjassaan esimerkkejä kuluttajaryhmistä, joiden vaikutusvalta kuluttajiin perustuu toisaalta syntyperään, julkisuuteen, saavutuksiin tai arvostukseen ja toisaalta marginaaliryhmien radikaaliin muutoshalukkuuteen, jota saattavat edustaa hipit, punkkarit tai homoseksuaalit.

Rituaalien avulla McCracken (1988, 84) sanoo kuluttajien muokkaavan tavaroihin liittyviä merkityksiä omanlaisikseen. Rituaalit pitävät sisällään paitsi tavaroiden hankkimisen, niiden lahjoittamisen ja lahjaksi saamisen sekä myös käytöstä poistamisen. Esimerkiksi käytetty tavara tehdään omaksi merkityksen palautus- tai merkityksen häivytyksirituaalien tai jonkinasteisen korjailun ja muokkaamisen avulla (Gregson & Crewe 2003, 144). Merkityksen palauttaminen tarkoittaa esimerkiksi sitä, että käytetyillä 1950-luvun huonekaluilla kotiin luodaan kyseisen aikakauden sisustustyyli. Samanaikaisesti asuntoon muutettaessa edellisen asukkaan jäljet halutaan häivyttää siivoamalla ja remontoimalla.

Kodiksi tekemisen käytäntöjä ja rituaaleja tarkasteli Maria Fuentes (2011) tilan tekemistä käsittelevässä väitöstutkimuksessaan. Tutkimuksen aineistona toimivat haastattelut ja havainnot seitsemän miehen kotona niin, että kunkin haastateltavan luona käytiin kolmena eri ajankohtana. Tutkimustulosten perusteella muutettaessa asumisoikeusasuntoon tai omistusasuntoon, asunnon kunnostusta ja remontointia pidettiin välttämättömänä, jotta myös oma identiteetti pääsee

muuttamaan sisään ja edellisen asukkaan pois. Kunnostus ja remontointi toimivat siten kodiksi tekemisen rituaaleina. Käytännössä tämä rituaali oli asunnon tekemistä ainutlaatuiseksi oman maun ja mieltymysten mukaiseksi (joukkokulutus<sup>5</sup>)markkinoilla tarjolla olevalla materiaalilla. Asunnot kalustettiin ja sisustettiin sekä olemassa olevilla kalusteilla ja pienesineillä että uushankinnoilla. Jotkut tekivät uushankinnat suhteellisen nopeasti muutamasta paikasta heti muuton yhteydessä. Toiset hankkivat kalusteet ja sisustusmateriaalit suunnitelmallisesti pidemmän ajan kuluessa tiettyjen omien kriteereidensä perusteella. Vuokra-asunnosta toiseen usein muuttavat pyrkivät minimoimaan mukanaan kulkevien tavaroiden määrän joko niin, että he vuokrasivat valmiiksi kalustettuja asuntoja tai niin että he lainasivat kalusteet ystäviltä ja lähisukulaisilta. Kodiksi näitä vuokra-asuntoja tehtiin itselle tärkeiden esineiden avulla. Myös kalusteiden uudelleen järjestely oli yksi asuntoon kotiutumisen keinoista. Tätä taktiikkaa käytettiin myös, mikäli parisuhteessa tapahtui muutos.

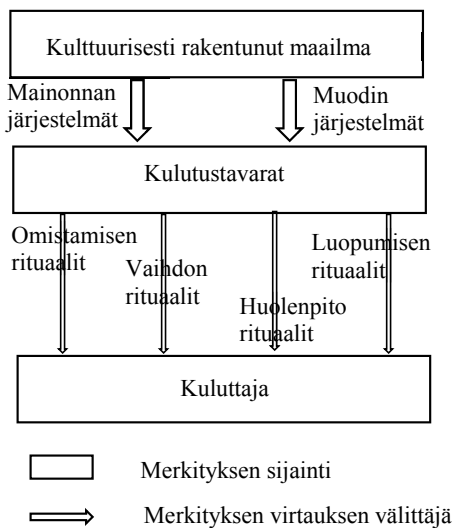
Vielä yksi tarkennus McCrackenin merkitysten virtaus -malliin löytyy Eppin ja Pricen (2010, 827) tutkimuksesta. Sen mukaan pelkkä rituaali ei riitä merkityksen välittymiseen. Lisäksi merkitysten virtaus ei ole suoraviivaista eikä kerralla lopullista. Kodin sisällä merkityksen tuomarineuvostona vaikuttaa verkosto, jonka muodostavat merkitystä hakeva tavara itse, kotona olemassa olevat muut merkitykselliset tavarat, merkityksellinen paikka vaikkapa perheen yhdessäolon paikkana toimiva olohuone ja henkilön tai perheen identiteettiin liittyvät käytännöt (Epp & Price 2010, 825; ks. myös Syrjälä & Norrgrann 2018). Eppin ja Pricen mukaan olennaista on tavaran sopivuus tähän verkostoon. Saatuaan merkityksellisen aseman tavara on aktiivisesti olemassa tässä verkostossa niin kauan kuin olosuhteet pysyvät muuttumattomina. Muutoksia tapahtuu kuitenkin jatkuvasti. Muutoksia ovat esimerkiksi tilanteet, joissa kodin asukkaat haluavat sisustaa uudelleen kotiaan, he muuttavat asunnosta toiseen, perheeseen tulee uusia perheenjäseniä, lapset kasvavat ja muuttavat pois kotoa tai kotiin hankitaan uusia tavaroita ja esineitä. Perheelle tai yksittäiselle perheenjäsenelle rakaskin tavara saattaa joutua syrjäytetyksi muuttuneissa olosuhteissa. Kun rakkaat tavarat on pantu pois aktiivisesta käytöstä esimerkiksi varastoon, ne voidaan ottaa uudelleen käyttöön, kun tapahtuu jokin muutos perheessä tai kodissa. Tällöin kodin asukkaat punnitsevat, miten merkityksellinen tavaran historia on heille, miten tavara pystyy kilpailemaan paikasta muiden tavaroiden kanssa tai onko tilaan tullut esineitä, jotka tukevatkin esineen uudelleen käyttöönottoa. Esimerkiksi uuteen asuntoon muutettaessa varastossa ollut ruokapöytä joutuu kilpailemaan ennen muuttoa käytössä olleen ruokapöydän kanssa. Sen historiaan saattaa liittyä lukuisia perheen yhteisiä hetkiä pöydän ääressä, jolloin pöydän ”neuvotteluasema” on vahva muuttuneessa tilanteessa. Ennen lopullista luopumista rakkaista

---

<sup>5</sup> Fuentes käyttää tässä sanaa massamarkkinat

materiaaleista kuten lasten vauva-aikaisista vaatteista luopumiseen saatetaan tarvita ”viennystä” – väliaikaista varastointia – ennen kuin niistä ollaan valmiita luopumaan kokonaan. Ullakot, varastotilat ja Suomessa kesämokit ovat tällaisia viennyspaikkoja. Otettaessa uusia tavaroita käyttöön ne puolestaan saatetaan kotiuttaa, lämmittää, jotta niistä tulee osa kotia. Ne asetetaan perheelle keskeiseen paikkaan, esimerkiksi olohuoneeseen. Merkitys pitää joka tapauksessa liittyy tavaraan. Välillä merkitys voi uinua, joskus se tulee syrjäytetyksi uuden tulokkaan tai varastoista kaivetun tavaran uudelleen arvioinnin vuoksi.

#### MERKITYKSEN VIRTAAUS



Kuva 1. Merkitysten virtaus McCracken'n (1988, 71) mukaan

McCrackenin malli on peräisin ajalta, jolloin ei vielä puhuttu kuluttajaheimoista ja uusyhteisöistä (Heinonen 2008, 18). Arsel ja Bean (2013, 912–913) kehittivät käsitteen makujärjestelmä, joka on kuluttajien välinen tietyn asian ympärille muodostettu tai muodostunut yhteisö. Tiedotusvälineet ovat olennainen osa makujärjestelmää, joka diskursiivisena systeeminä luo preferenssejä materiaaleja ja tekemisiä kohtaan sekä vaikuttaa (maku)merkitysten muokkaamiseen ja välittymiseen kuluttajille. Makujärjestelmä-yhteisöä seuraamalla kuluttaja myös kartuttaa omaa tietämystään. Näiden sivustojen lukeminen ja kuvien katselu sekä keskusteluun osallistuminen ovat sisustamisen tieto-osaamisen hankintaa ja ylläpitoa. Makujärjestelmä toimii tavallaan esivalintana valtavassa sisustusmaterian ja sisustamisen tapojen maailmassa. Siksi onkin ymmärrettävää, että monista verkkoyhteisöistä on tullut niin suosittuja. Sivustoilla keskustelevat kuluttajat saavat toisilta

keskustelijoilta helpotusta sisustusvalintoihin. Makujärjestelmä toimii myös resurssina, jota kuluttaja ei välttämättä tietynä hetkenä tarvitse. Hän kuitenkin tietää, että tarpeen tullen siitä voi olla hyötyä.

Aiemminkin on puhuttu makuyhteisöistä, jotka vaikuttavat yksittäisen kuluttajan kulutukseen ja jonka valintoihin kuluttaja vertaa omia valintojaan (Gullestad 1984; Southerton 2001, 201). Marianne Gullestadin (1984) etnografinen tutkimus nuorista perheellistä norjalaisnaisista toi esiin tällaisen paikallisen ja ystävistä koostuvan makujärjestelmän toimivuuden. Kirjan nimi *Kitchen-table society* on tässä mielessä varsin osuva. Toisenlaisessa tutkimuksessa (Southerton 2001, 191–202) ilmeni, että jos kotona käy vieraita ja heidän kanssaan seurustellaan keittiössä, keittiön tyyllillä on merkitystä. Tyyli on väriytenevääsyyttä monimuotoisempi, sillä tutkimuksen haastateltavat korostivat esineiden ja materian harvinaisuutta tai ainutlaatuisuutta. Jopa tavanomaisten massatuotannon esineiden kerrottiin olevaan ainutlaatuisia, jos ne kuuluivat jollakin tavalla omaan historiaan. Samoin keittiön kalustuksen ja tyylin avulla osoitettiin omaa identiteettiä, muun muassa intohimoa kokkaamiseen sekä omaa ja perheen elämäntyyliä.

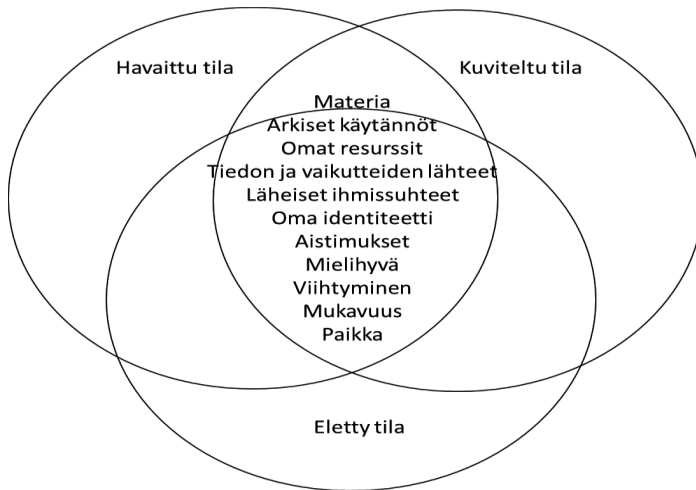
## 2.4. TUTKIMUSONGELMA

Tutkimuskysymykseni oli siis: Minkälaisiksi merkityskokonaisuuksiksi kodin tuntu jäsentyy? Tuota kysymystä piti lähestyä tarkennetuilla lisäkysymyksillä, jotta pääsin rajaamaan kirjallisuuskatsauksen, muodostamaan haastatteluteemat ja asettamaan aineistokorpukselle kysymyksiä niin, että analyysi etenee kohti tutkimuskysymyksen ratkaisua. Nämä lisäkysymykset ovat:

- Mistä tekijöistä kodin tuntu muodostuu?
- Miten tila kehystää kodin tuntua?
- Miten nämä tekijät muodostavat kodin tuntu -kokonaisuuksia?

Luvuissa 4 ja 5 käsittelen aiempia tutkimuksia kodin tunnun osa-alueista. Alla oleva viitekehys on niistä laadittu yhteenveto siitä, mitkä tekijät ovat osana kodin tuntua (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Näiden tutkimusten perusteella kodin tuntu pitää sisällään seuraavia osa-alueita: tila, materia, oma identiteetti, ihmissuhteet, käytännöt, resurssit, viihtyminen, mukavuus ja aistimukset. Olen viitekehyksessä luokitellut tiedon ja vaikutteiden lähteet resursseiksi, vaikka ne tarkalleen ottaen toimivat merkitysten välittäjinä. Kuitenkin mainonta, tiedotusvälineet, julkinen valistus, mielipideyhteisöt ja muut vastaavat tahot eivät saa viestiään suoraan läpi kuluttajien ja ylipäättään ihmisten merkitysten muodostamisen prosessiin. Kuten Vargo ja Lusch (2006) toteavat, tavarat ja niihin liittyvä markkinointiviestintä toimivat merkitysvihjeiden antajina ja sellaisessa

roolissa ne voidaan nähdä välillisinä resursseina. Merkitykset muotoutuvat lopullisesti kuluttajien omien resurssien avulla. Tässä prosessissa kotiin tulevien uusienkin tavaroiden pitää löytää paikkansa kodin muun materian, kodin käytäntöjen ja kodin tilan verkostossa sekä sopia kodin asukkaan ja asukkaiden identiteettiin (Epp & Price 2010; Paavilainen 2013).



Kuva 2. Tutkimuksen viitekehys

Kodin tuntu syntyy siis näiden osatekijöiden yhdistelmästä. Tämän tutkimuksen mielenkiintona on, miten kuluttajat ovat luoneet näiden osatekijöiden yhdistelmistä tarkemmin ilmaistavia kodin tuntuja. Kuvan 2 keskellä mainitut kodin tunnun osatekijät ovat toimineet teemahaastattelujen suunnittelun pohjana, tilajaottelu toimii tulosten tulkintakehikkona.

Vaikka Lefebvren tarkastelut käsittelivät tilaa yhteiskunnan laajemmasta näkökulmasta, sovellan jaottelua pienempään mittakaavaan: kodin tilaan ja tiloihin. Kysyn aineistolta kuvan 2 osoittamalla tavalla, voidaanko kodin tunnun osa-alueiden merkitykset jaotella konkreettiseen havaittuun tilaan, abstraktiin kuviteltuun tilaan vai elettyyn tilaan. Haastatteluteemoissa nämä tilajaottelut eivät olleet mukana. Aikaisemmin ei ole tehty tutkimusta, jossa kodin tuntua tarkasteltaisiin eletyn tilan, havaitun tilan ja kuvitellun tilan yhdistelmänä.

En käsitellyt ihmissuhteita edellä erikseen, sillä ihmissuhteet ovat läsnä jokaisessa kodin tunnun osatekijässä, enemmän tai vähemmän, suoranaisesti tai epäsuorasti. Olen ottanut ne itsenäiseksi kodin tunnun osatekijäksi, sillä halusin ihmissuhteet haastatteluihin omaksi teemakseen.

### 3. AINEISTOT JA MENETELMÄT

Metodologialla tarkoitetaan tapaa selvittää ilmiöitä tutkimusprosessissa (Silverman 2000, 79). Aineiston hankin teemahaastatteluina, joista aineistokorpuksiksi muodostui haastatteluista litteroidut tekstit. Aineistokorpuksen analyysiin käytin teemoittelu- ja kategoria-analyysiä (Attride-Stirling 2001; Braun & Clarke 2006; Jokinen, Juhila et al. 2012).

Karkeasti sanoen tutkijat käyttävät kvantitatiivista tai kvalitatiivista metodologiaa, josta viimeksi mainitusta käytetään suomenkielistä termiä laadullinen tutkimus. Tarkemmin määriteltynä laadullisen tutkimuksen yleisimmät lähestymistavat ovat fenomenologinen, aineistolähtöinen (*grounded theory*), narratiivinen ja etnografinen lähestymistapa sekä tapaustutkimus (Creswell, Hanson et al. 2007, 237). Kyseessä on tutkimuksen filosofinen perusta, mikä fenomenologisen ontologian mukaan tarkoittaa huomion kiinnittämistä tutkittavien kokemuksiin ja siihen mitä nämä kokemukset hänelle merkitsevät (ks. myös Thompson, Locander et al. 1989, 136). Kun laadullisen tutkimuksen epistemologinen käsitys on, että tieto on sosiaalisesti rakentunutta, fenomenologisen lähestymistavan mukaan tämä tieto välittyy kokemuksen kautta ja siksi kokemuksia kannattaa tutkia (Yilmaz 2013, 316). Jos tutkitaan fenomenologisen ontologian ohjaamana jokapäiväisen elämän todellisuutta, kuten kodin tuntua, joudutaan analyysia tehtäessä kohtaamaan Bergerin ja Luckmannin (1994, 30) mukaan jopa itsestään selvinä pidettyjä tulkintoja arkielämän todellisuudesta. Näitä ihmisten tietoisesti kokemia todellisuuksia on lukuisia. Tietoisuus suuntautuu näiden sosiologien mukaan aina johonkin kohteeseen, joten esimerkiksi aistien välittämä kokemus ikkunasta näkyvästä maisemasta tuottaa erilaisen todellisuuden kuin senhetkisen mielialan tunne. Jokapäiväisen elämän todellisuus ilmenee esineiden ja asioiden järjestelmänä, josta voidaan kielellisesti kertoa. (mt., 32) Niinpä tutkimustietoa tästä arkitodellisuudesta voidaan tuottaa esimerkiksi haastattelemalla ihmisiä.

Laadullisen tutkimuksen haastatteluissa käytetään suhteellisen avoimia kysymyksiä, joiden avulla pyritään saamaan käsitys haastateltavan kokemuksista (Silverman 2000, 90). Kysymysten avoimuudella ohjataan haastateltavaa kertomaan aiheesta eikä pelkästään vastaamaan kysymykseen. Teemahaastattelujen kysymykset ovat puolistrukturoituja, koska haastattelun keskustelun aiheet, teemat on määritelty tutkimuksen valmisteluvaiheessa. Tämä vaatii tutkijalta suhteellisen paljon ennakkotietoa tutkimuksen kohteesta, jotta hän voi valita tutkimuskysymykseen nähden tarkoituksenmukaiset teemat sekä muotoilla ne (Kallio, Pietilä et al. 2016, 2959). Haastattelun jouhevan etenemisen ja keskustelun aiheessa pysymisen varmistamiseksi laaditaan haastattelun suunnitelma, johon kirjataan teemaan ohjaavat lisäkysymykset (mt., 2960). Lisäkysymykset esitetään ainoastaan tarvittaessa ja niiden esittämisjärjestystä voidaan muuttaa keskustelun kulun mukaan.

Miksi-kysymyksiä tulee välttää, koska ne voivat ohjata haastateltavaa perustelemaan ja puolustelemaan kertomuksiaan (Thompson, Locander & Pollio 1989, 139) Teemahaastattelun etuna on haastattelijan ja haastateltavan vuorovaikutus, sillä haastattelija pystyy reagoimaan haastateltavan puheeseen spontaaneilla tarkentavilla kysymyksillä (Kallio, Pietilä et al. 2016, 2955).

### 3.1. TUTKIMUKSEN KOHDE

Kun suunnittelin tutkimustani, päädyin ryhmähaastatteluun kahdesta syystä. Ensimmäkin koska tutkin kotia kulttuurisena ilmiönä, halusin yksittäisten kuluttajien kertomuksiin ryhmän toisten ihmisten vaikutuksen niin, että tutkimusaiheesta puhuttaisiin mahdollisimman monipuolisesti. Sulkusen (1990, 268) mukaan ryhmähaastattelun tuottamasta tekstiaineistosta tutkija joutuu oletamaan, että puheen lähde on kollektiivisubjekti, ryhmän edustama pienoiskulttuuri. Uskoin myös, että ryhmässä tutkija-haastattelijan vaikutus vähenee. Onhan mahdollista, että yksilöhaastattelussa haastateltava saattaa tuoda ideaaliminäänsä enemmän esille kuin innostuessaan osallistumaan ryhmän keskusteluun (Eskola & Suoranta 1996, 73). Toiseksi hain tehokkuutta ja ajansäästöä aineiston keruuseen.

Pyrin löytämään kuluttajaryhmiä, jotka edustavat yhteiskunta-asemaltaan keskiluokkaisia suomalaisia. En kuitenkaan suhtaudu yhteiskunnalliseen asemaan haastateltavien taustatekijänä, vaan kuluttajana olemisen olosuhteena (vertaa Belk 1995, 57). Tämä tarkoittaa, että oletan haastateltavien kertomusten heijastelevan heidän olosuhteitaan kulutuskulttuurin kentässä. Fenomenologisen näkemyksen mukaan ihmisten kokemuksistaan tekemien tulkintojen perusteena on sosiaalisesti yhteisesti jaettu todellisuus (Goulding 2005, 302). Tosin sanoen näillä tulkinnoilla on tietyn ihmisjoukon käsitys asiasta. Tutkimuksellani pyrin löytämään kodin tunnun sisällön, joka heijastelee tämän päivän yhteiskunnan olemusta. Niinpä en ollut kiinnostunut ääripäistä, toisin sanoen hyvin heikossa asemassa olevista kansalaisista enkä yhteiskunnan eliitistä. Pidin tärkeämpänä saada aineistooni eri-ikäisten ja erilaisissa talouksissa ja eri elämänvaiheessa elävien kertomuksia kodin tuntuun liittyvistä teemoista. Analyysini kohteina ovat haastattelujen tuloksena syntyvät tekstit, joihin suhtaudun kulttuurituotteina (Sulkunen 1990, 265).

Lopullinen haastattelusuunnitelmani hahmottui koehaastattelujen pohjalta. Monesti kannattaa tehdä koehaastattelu ennen varsinaista haastattelua. Niin ohjeistetaan tekemään myös teemahaastatteluja valmisteltaessa (Kallio, Pietilä et al. 2016, 2960). Näitä koehaastattelutilaisuuksia oli kaksi: ensimmäiseen osallistui sisustamisen ammattilaisia sisustustavaroiden myyjästä sisustussuunnittelijoihin, toiseen tavallisia kuluttajia. Ammattilaisten ryhmässä pyysin haastateltavia kertomaan sekä omasta että asiakkaidensa sisustamisesta ja materiahankinnoista. Tällä tavoittelin lisänäkemyksiä kuluttajien omien kertomusten arviointiin. Kuitenkin sisustamisen ammattilaisetkin

kertoivat enimmäkseen omasta kodistaan ja omasta sisustamisestaan. Koehaastattelut etenivät niin, että kerroin teeman avoimena keskustelun aiheena ja pyysin keskustelemaan teemasta. Sitten tarvittaessa esitin ennalta valmistelemiani kysymyksiä teemasta. Tällä tavoin myös ohjasin keskustelua. Avoimen teema-aiheen innoittama keskustelu tahtoi venyä reilusti yli kahden tunnin. Niinpä yksi syy esittää teemat kysymysten muodossa lopullisessa haastattelututkimuksessa avoimien teema-aiheiden asemesta, oli haastatteluajan rajoittaminen. Toinen syy oli varmistaa, että jokaisessa haastattelutilaisuudessa samat teemat tulisivat keskustelun aiheeksi.

Koehaastatteluun ryhtyessäni uskoin tekeväni materiapainotteista kodin sisustamisen tutkimusta. Koehaastateltavat puhuivat toki kodin kalusteista, sisustusesineistä ja ylipäättään sisustusmateriaasta, mutta samanaikaisesti he puhuivat mukavuuden tunteesta, ihmissuhteiden huomioimisesta, oman yksityisen tilan tekemisestä, aistimuksista ja kodin ulkoisen ympäristön merkityksestä. Niinpä laajensin tutkimukseni käsittämään kodin tuntuun, jossa kodin materia on osa – mutta vain osa – tutkimusta. Tämä päätös vaati tutustumista kodin tuntua sivuvaan kirjallisuuteen.

Yhteensä kahdeksaan lopulliseen haastattelutilaisuuteen osallistui 22 henkilöä. Haastattelut tein kevään ja kesän 2014 aikana. Haastateltavat hankin harkinnanvaraisesti ja tarkoitukseen sopivasti. Koska hain erilaisia kokemuksia, halusin haastateltavien henkilöiden olevan eri-ikäisiä ja eri elämänvaiheessa olevia. Kuitenkin pyrin vaikuttamaan siihen, että ryhmän jäsenillä on yhteisiä piirteitä. Liitteeseen kolme olen koonnut Suomen aineistoni ryhmien koostumuksen. Useimmat ryhmät koostuvat keskiluokkaisista, keski-ikäisistä aikuisista ihmisistä. Yhdessä aikuisryhmässä oli kaksi eläkkeellä olevaa seniori-ikäistä naista. Kaksi ryhmää koostui nuorista korkeakouluopiskelijoista. Espoon-ryhmän henkilöiden yhteisenä piirteenä oli paitsi liikuntarajoitteisuus, myös heidän puheidensa perusteella niukahko taloudellinen asema. Pieksämäen naisryhmä oli kotoisin pääkaupunkiseudun ulkopuolelta. Rekrytoin ihmisiä ensisijaisesti ryhmähaastatteluihin. Naapurustooni perheensä kanssa juuri muuttanut espoolainen nainen oli halukas osallistumaan tutkimukseen, mutta elämäntilanteensa takia hän ei uskaltanut lupautua mihinkään ennalta sovittavaan ryhmähaastatteluajankohtaan. Niinpä haastattelin häntä erikseen lähes saman tien kotonani.

Koska päädyin ryhmähaastatteluun aineiston hankinnassa, etsin kaikille haastateltaville neutraalin tilan. Varasin haastattelupaikoiksi kirjastojen ryhmätyötiloja Helsingin yliopiston Kaisa-kirjastosta, Jyväskylän kaupungin kirjastosta ja Lahden Fellmanin tiloista. Tiesin, että Espoon kulttuurikeskuksen aulassa voi rauhassa haastatella pientä ryhmää ihmisiä, joten sieltä en varannut



paikkaa. Kuitenkin Espoon haastattelun sovin Uudenmaan CP-yhdistyksen tiloihin haastateltavien toivomuksesta. Pieksämäen haastattelun tein Lomapirtin saunarakennuksen takkahuoneessa.

Helsingin haastatteluihin sain mukaan viisi henkilöä, joista kolme tunsin ennestään yhteisen harrastuksen kautta. En kuitenkaan koskaan ole käynyt heidän kotonaan. Jyväskylään haastateltavat koostuivat pelkästään Jyväskylän yliopiston opiskelijoista. Helsingin Kruununhaasta tuli yksi henkilö, kun laitoin ilmoituksen Kruununhaka-seuran Facebook-sivuille. Otin yhteyttä Pieksämäen Lomapirtin toiminnanjohtajaan, ja kysyin pääsisinkö rekrytoimaan haastateltavia jonkin lapsiperheistä koostuvan lomalaisryhmän joukosta. Lomapirtillä järjestettiin viikon mittaisia lomia, joille Hyvinvointilomat ry valitsi lomailijat taloudellisin, sosiaalisin tai terveydellisin perustein. Kruununhaasta ja perhelomalaisista tavoittelin myös potentiaalista sosioekonomista erilaisuutta. Pieksämäen haastatteluun osallistui kaksi henkilöä: toinen oli kotoisin Joensuusta ja toinen Kuopiosta. Espoon ryhmähaastatteluun osallistuneet sain Uudenmaan CP-yhdistyksen nettisivuille laittamani ilmoituksen kautta. Haastatteluun lupautui kolme henkilöä: yksi kevyttä pyörätuolia käyttävä nuorehko nainen, moottoroitua pyörätuolia käyttävä noin 30-vuotias mies ja hänen ei-liikuntarajoitteinen avopuolisonsa. Haastattelu oli sovittu Tapiolaan CP-yhdistyksen tiloihin haastateltavien pyynnöstä, mutta kesken haastattelun meille kerrottiin, että tila suljetaan. Siirryimme läheiseen Espoon kulttuurikeskukseen jatkamaan haastattelua, jonne olin alun perin valmistautunut haastattelemaan tätä ryhmää. Tänne nuori nainen tuli myöhässä sovitusta ajasta. Niinpä kulttuurikeskuksessa ensin kysyin tältä henkilöltä ne kysymykset, joita olin käynyt jo avoparin kanssa läpi.

Taustatiedoista kysyin vain yhden asian: minkälaisessa taloudessa asutte. Tällä päätöksellä pyrin houkuttelemaan erilaisia ihmisiä haastatteluryhmiin. Nämä ryhmät tulisivat koostumaan pääasiassa toisilleen tuntemattomista ihmisistä. Tuntemattomille ei useinkaan haluta kertoa yksityiskohtaista tietoa omasta taustasta. Haastattelujen rekrytointikirjeessä korostin sitä, että haastateltavat voivat itse valita, mitä he itsestään kertovat. Etukäteen en siten valmistautunut erittelemään haastateltavien kertomuksia sen perusteella, minkälaisen taustan omaava haastateltava minkäkin tiedon kertoi. Mielestäni aineisto tulisi olemaan joka tapauksessa pieni ryhmittäisten vertailujen tekemiseen. Mutta koska taustatietoja tuli ilmi haastattelun myöhemmässä vaiheessa eri tema-aiheista keskusteltaessa, kirjoitin joihinkin havaintoihini näitä taustatietoja. Olen koonnut saamani haastateltavien taustatiedot liitteeseen 3.

Yhdistin haastateltavien talouden tyyppin ja koon yhteen sarakkeeseen, siihen tuli yhden hengen talouksia, lapsiperheitä, parisuhteessa olevia ja ei-parisuhteessa olevia toisen henkilön kanssa yhdessä

asuvia. Haastateltavista kaksi oli eläkeläistä iän perusteella ja molemmat elivät parisuhteessa, mutta vain toinen asui avopuolisonsa kanssa samassa asunnossa. Toinen eläkeläisnainen sen sijaan viettää kahden asunnon elämää oman ja pitkäaikaisen avopuolisonsa palvelutaloasunnon välillä. Tämä avopuoliso on muistisairas. Yksi haastateltava oli sairaseläkkeellä. Iältään hän vaikutti olevan keski-ikäinen. Kaikkien haastateltavien asuntotyyppi tai asunnon omistussuhde ei tullut esille. Esimerkiksi Lahden haastattelussa Sanna sanoi edelleen elävänsä muuttolaatikoiden keskellä. Hänen perheensä oli myynyt Lahden esikaupungissa sijainneen hirsitalonsa ja muuttanut Lahden keskusta. Hänen perheensä nykyinen asumismuoto ei käynyt selville. Sisustushaaveista kysyttyäni Sanna sanoi, että ei hänellä nyt ole muita haaveita kuin että saisi parvekkeen nätiksi. Parvekehan voi olla monenlaisessa asunnossa. En myöskään saanut selville, asuvatko Jaana ja Tiina vuokra- vai omistusasunnossa. Saamieni tietojen perusteella luokittelin asunnot: kerrostalo, omakotitalo, rivitalo, omistusasunto tai vuokra-asunto.

Haastateltavista miehiä oli vain kolme. Nuoria opiskelijoita oli kuusi. Uudelleen aikuisiällä oli alkanut opiskella kaksi: toinen oli yrittäjä ja toinen oli työtön. Yksi haastateltava oli jatko-opiskelija, joka kävi lisäksi ansiotyössä. Yrittäjiä oli kolme ja eläkeläisiä niin ikään kolme, yksi oli toimihenkilö ja yksi työntekijä. Muiden ammattiasema ei tullut selkeästi esille. Mielestäni olin onnistunut saamaan haastateltavaksi taustaltaan erilaisia keskiluokkaisia ihmisiä.

Mäkelä (1990, 52) suosittelee, että aineistoa ei kannata kerätä kerralla liikaa. Vasta pienenhkön aineiston huolellisen analyysin jälkeen tutkija voi pohtia, minkälainen lisäaineisto voisi olla tarpeen. Luettuani ja analysoituani ensimmäistä aineistoa, minusta tuntui, että tarvitsen lisäaineiston, sillä monella haastateltavista oli käytettävissään kaksi kotia, ja kodin tuntu pääasiallisessa kodissa ja kakkoskodissa olivat hyvin erilaisia sekä aiempien tutkimusten (esim. Alasuutari & Alasuutari 2010) mukaan että ensimmäisen osa-aineiston perusteella. Tästä syystä halusin selvittää tarkemmin, miten kodin tuntu määrittyy kakkoskodissa.

Monet nykyajan ilmiöt ovat kansainvälisiä. Minulle kosmopoliittisuus oli löytö ensimmäisestä aineistosta. Yllätyin siitä huolimatta, että olin itse asunut monessa maassa Suomen lisäksi ja tottunut informaation, tavaroiden, palvelujen, tapojen ja käytäntöjen leviämiseen maasta toiseen. Kosmopoliittisuus ohjasi minut valitsemaan kakkoskotitutkimuksen aineiston Suomen ulkopuolelta. Ryhdyin etsimään sopivaa ulkomaata, jossa on suomalaisia kakkoskotiasukkaita. Algarve valikoitui siksi, että siellä on riittävästi suomalaisia, mutta ei liian pysyvää ympärivuotista suomalaisasutusta. Portugalissa asuu vakituisesti vajaa tuhat suomalaista, joista noin puolet asuu Algarven alueella Etelä-Portugalissa. Useimmat suomalaisista asuvat Algarven kakkoskodissaan syksystä kevääseen ja

tulevat kesäksi Suomeen. Suomen Lissabonin suurlähetystön (Suomen suurlähetystö Lissabon 2013) mukaan Algarvessa asuu paitsi eläkeläisiä myös jonkun verran työssäkäyviä suomalaisia.

Kun olin tutustunut kakkoskotiasumiseen liittyvään kirjallisuuteen, Algarvessa kerätyn toisen osaineiston haastattelun teemat alkoivat hahmottua. Teemojen tueksi laadin haastattelun suunnitelman (liite 2). Minulle oli selvää, että ennen varsinaisia haastatteluja minun tulee taas testata haastattelusuunnitelmani koehaastatteluilla. Niinpä matkustin Algarveen tekemään koehaastattelut. Algarven Suomi-seura antoi minulle tilaisuuden kertoa tutkimuksestani heidän kuukausilounaallaan ja siten sain rekrytoitua haastateltavat kahteen koehaastatteluun, jotka toteutin ryhmähaastatteluna. Ensimmäinen haastattelu oli Quarteirassa 6.4.2016 ja toinen 8.4.2016 Portimãossa. Koehaastattelujen perusteella sain vaikutelman, että joillekin perusteet hankkia kakkosasunto ulkomailla saattavat olla hyvinkin henkilökohtaisia. Näitä perusteita ei haluta paljastaa toisille ryhmässä. Arkuuteen saattoi vaikuttaa myös se, että sillä hetkellä Suomen tiedotusvälineissä käytiin kiivasta keskustelua Portugalin myöntämästä verovapaudesta yksityiseltä sektorilta ansaituille eläkkeille, mikäli eläkkeen saajat asuvat tietyn ajan vuodesta Portugalissa ja luopuvat vakituudesta asunnosta Suomessa. Tästä johtuen päädyin haastattelemaan pariskuntia ja yksittäisiä ihmisiä. Varsinaiset haastattelut toteutin vuoden 2017 alussa. Ajallinen ero koehaastattelujen ja varsinaisten haastattelujen välillä johtuu käytännön järjestelyistä. Sain työpisteen Algarven yliopistolta lokakuusta 2016 kevään 2017 loppuun. Lisäksi halusin ensin itse tutustua elämiseen Algarvessa ennen haastatteluja. Tästä kerroin tarkemmin seuraavan autoetnografiaa käsittelevän otsikon alla.

Algarven Suomi-seuran toiminnanjohtaja ja seuran puheenjohtaja ehdottivat minulle, että tulisin esittelemään tutkimustani seuran kuukausilounaalle. Lounaalle osallistuu noin kaksisataa seuran vajaan tuhannesta<sup>6</sup> jäsenestä. Haastatteluun halukkaat henkilöt antoivat minulle yhteystietonsa lounastilaisuuden jälkeen. Otin heihin yhteyttä ja sovimme tapaamisajan ja -paikan. Neljään haastatteluun haastateltavien yhteystiedot sain lumipalloeffectin tavoin, sillä jotkut haastateltavat ehdottivat uusia haastateltavia.

Kaikilla haastateltavilla oli kokemusta ulkomaanmatkailusta. Jotkut olivat työnsä puolesta matkustaneet paljonkin. Kun he valmistelivat päätöstä muuttaa ulkomaille osaksi vuotta, monellekaan ei tullut Portugali ensimmäisenä mieleen. He olivat viettäneet lomiaan muun muassa Espanjassa, Ranskassa ja Marokossa. Aluksi he suunnittelivat muuttoa näihin maihin, mutta kun he olivat jonkun tutun houkuttelemana tai vain omasta päätöksestään päässeet käymään Algarvessa, olivat he

---

<sup>6</sup> Seuran jäsenenä on myös Suomessa vakinaisesti asuvia henkilöitä, jotka ovat mieltyneet Algarveen matkailukohteena.

ihastuneet paikkaan. Moni vertasi Algarvea Espanjan Aurinkorannikkoon, jonka todettiin muuttuneen liian ahtaaksi. Tällaisia vertailuja olivat tehneet brititkin jo parikymmentä vuotta sitten (King, Warnes et al. 2000, 99). Algarvea pidettiin sopivan ”rouheana” (Etelän vaari, A-aineisto) paikkana, jossa aidoksi portugalilaisuudeksi miellettyä maisemaa, arkkitehtuuria, kulttuuria ja ihmisluonnetta oli kaikkialla läsnä. Algarve ei siten näyttänyt olevan pelkkä massaturismin paikka.

Osa haastateltavista oli suunnitellut eläkepäiviensä elämisen jo hyvissä ajoin. Yksi pariskunta oli saanut ajatuksensa muuttaa juuri Portugaliin vasta, kun Suomen tiedotusvälineissä alettiin kirjoittaa joidenkin yritysjohtajien ”veropakolaisuudesta” Portugaliin. Vasta siinä vaiheessa heille selvisi, että he itsekkin voisivat hyötyä Portugalin verovapaudesta. Niinpä he päättivät tehdä tutkimusmatkan Algarveen, selvittääkseen voisivatko he viihtyä siellä.

Kaikki haastateltavat osaavat vähintään yhtä vierasta kieltä. Kielitaitoa en varsinaisesti kysynyt, mutta se tuli esiin haastateltavien kertomuksista. Kahdeksassa haastattelussa kerrottiin, kuinka englannin kielellä tulee hyvin toimeen Algarven alueella, ja siksi portugalin kielen opettelu ei ole välttämätöntä. Tästä syystä moni haastateltava oli tehnyt tietoisin päätöksen olla käyttämättä aikaa ja vaivaa uuden kielen opetteluun<sup>7</sup>.

Verrattuna brittiläistutkimukseen parikymmentä vuotta sitten tämän tutkimuksen haastateltavista merkittävä osa halusi mieluummin vuokrata asunnon kuin ostaa asunnon tai rakennuttaa talon. Algarveen muuttaneista briteistä joka kuudes asui ensin vuokralla, mutta vain nelisen prosenttia päätyi jatkamaan vuokralla (King, Warnes et al. 2000, 113). Tämän tutkimuksen haastateltavista yhtä lukuun ottamatta kaikki alle viisi vuotta Algarvessa asuneet olivat valinneet vuokra-asunnon. Kolme pariskuntaa oli asunut alueella pidemmän aikaa. He kaikki olivat joko ostaneet tai rakennuttaneet oman talon. Eräs pariskunta (Herra ja rouva *Pioneeri*) sanoi, etteivät he ole missään kodissa Suomessa asuneet niin pitkään kuin tässä Algarven talossaan. Nykyisen Suomen-kodin he ovat hankkineet aivan eri paikkakunnalta kuin missä he asuivat ansiotyössä ollessaan. He eivät edelleenkään tunne paljon ihmisiä Suomen-kodin paikkakunnalla, koska asuvat suurimman osan vuotta Portugalissa. Niinpä heidän kohdallaan on väärin puhua kakkoskodista, kun sillä viitataan Algarven kotiin. (Liite 4)

Yhtä haastateltavaa lukuun ottamatta kaikki olivat eläkeläisiä tai työelämän ulkopuolella. Tämän *Entisöijäksi* nimeämäni nuoren naisen haastattelun jälkeen päätin, että en ota aineistoon muita

---

<sup>7</sup> *Etelän vaari* kirjoitti minulle palautteessaan, että monille vanhemmille suomalaisille on syntynyt vastenmielisyys kielten opiskeluun koulun puisevan pakkoruotsisimputuksen takia.

ansiotyössä olevia haastateltavia. Hänen elämäntyyliinsä oli erilainen kuin muiden haastateltavien. Halusin rajata aiheistoni niin, että pystyn kuvaamaan yhdenlaisen ihmisjoukon kodin tunnun rakentumista. Mäkelän (1990, 49) mukaan taloudellisen analyysin kannalta ei ole viisasta ottaa mukaan kovin erilaisia haastateltavia.

Haastattelujeni alussa kysyin, millä nimellä haastateltavat haluavat tutkimuksessani esiintyä. Vain kolme kertoi valinneensa itselleen nimimerkin (*Krii, Edvin, Etelän Vaari*). Muut olivat valmiit esiintymään omalla nimellään joko etunimellä, sukunimellä tai koko nimellään. Tutkimuksessani keskiössä ovat haastateltavien kertomukset eikä se, keitä nämä henkilöt todella ovat. Nimimerkkeihin päädyin myös siksi, ettei henkilöitä voitaisi tunnistaa Algarven suhteellisen pienen suomalaisryhmän joukosta.

Minulla itselläni on kokemusta ulkomailla asumisesta useissa maissa. Olen siis rakentanut kodin tuntua itse ulkomailla. Nämä aiemmat kokemukset eivät olleet kuitenkaan vapaavalintaista muuttoa omaan uuteen kotiin, vaan perustuivat mieheni työnantajan ratkaisuihin. En edes tiennyt, olinko perheineni palaamassa takaisin Suomeen näistä maista. Vaikka asuminen yhdessä maassa olivat lyhyitä eli puolesta vuodesta kahteen vuoteen, olen asunut ulkomailla yhteensä yli kymmenen vuotta. Opin aika nopeasti, että uudessa kotimaassa arkielämän käytännöt kannattaa järjestää mahdollisimman nopeasti mahdollisimman samankaltaisiksi kuin mitä ne olivat juuri ennen muuttoa edellisessä maassa. Ajan kanssa käytännöt ja muukin eläminen muuntuivat paikallisten olosuhteiden vaikutuksesta ja omiin valintoihin perustuen. Mikäli uudessa maassa asumisen ja elämisen aloittaa turistimaisesti keskittyen turistikohteisiin tutustumiseen ja uuden maan kulttuurin ihmettelyyn, alkuajan ihastus muuttuu nopeasti pettymykseksi ja jopa masennukseksi. Turisti haluaa elämyksellisiä kokemuksia jokaiselta matkapäivältään. Pidemmällä ajalla tämä on väsyttävää niin fyysisesti kuin henkisesti. Kodissaan ihmiset odottavat arjelta sujuvuutta ja mahdollisuutta toteuttaa tavanomaisen elämäntyyliinsä käytäntöjä.

Haastatteluihin pohjautuvaa kenttätöitä valmistellessani jouduin pohtimaan, missä määrin olen ilmiön tarkkailija ja siitä raportoiija ja missä määrin sisäpiiriläinen. Tutustuin antropologiseen tutkimuskäytäntöön, jotta tietäisin, miten minun tulee toimia tutkimuksen kohteena oleviin kuluttajiin eli Algarvessa asuviin suomalaisiin nähden. Antropologisessa kenttätöössä tutkijan tulee valita rooli tutkittavan yhteisön keskuudessa (Peacock 2001, 69). Tämä rooli vaikuttaa tulkintaan, jota tapahtuu koko tutkimusprojektin ajan. Valitsin suomalaisen yhteisön ulkopuolisen tutkijan roolin ennen haastatteluja.

Koska minulla oli aikaisempaa kokemusta ulkomailla asumisesta, mutta viimeisestä ulkomailla asumisesta oli kulunut jo jonkin aikaa, päätin saattaa ulkomailla elämisen kokemukseni ajan tasalle. Tyypillisesti suomalaiset asuvat Algarvessa syksystä loppukevääseen. Päätin muuttaa Algarveen samanpituiseksi ajaksi kuin he saadakseni itse kokea, minkälaista eläminen ”lumilintuna”<sup>8</sup> lumettomassa maassa on. Vuokrasin kalustetun asunnon Farosta läheltä Algarven yliopistoa (UAlg) lokakuusta 2016 toukokuun loppuun 2017. Suurin osa suomalaisista asuu Farosta 65 kilometrin päässä sijaitsevan Portimãon ja 20 kilometrin päässä sijaitsevan Quarteiran ympäristössä. Muutin Faron asuntoon ilman miestäni ja aikuista tyttärentäni, jotta saisin itsekin kokea, miltä asuminen kotimaan ulkopuolella erossa perheenjäsenistä tuntuu. Kylläkin olin Suomen-kodissa asuessani kokenut ikävän tunteen, kun tytär asui vuoden verran Yhdysvalloissa ja Saksassa ja mies oli työkomennuksella Ruotsissa. Ensimmäiset kolme kuukautta elin portugalilaisten keskuudessa ja järjestin arkielämäni niin kuin olin elänyt kotonani Espoossa. Samalla tutustuin tutkimuskohteeseen liittyvään kirjallisuuteen. Algarven yliopiston taloustieteellisen tiedekunnan dekaani Rui Nunes antoi minun käyttööni työpisteen tiedekunnan vierailevien tutkijoiden tiloista.

Olin tottunut kulkemaan alle kymmenen kilometrin matkoja polkupyörällä kesät talvet. Lisäksi käytin julkista liikennettä pääkaupunkiseudulla. Niinpä toin Algarveen polkupyöräni ja otin selvää julkisen liikenteen reiteistä ja aikatauluista. Auton vuokraaminen olisi ollut suhteellisen edullista tärkeimmän turistikauden eli heinä-syyskuun ulkopuolella. Mutta vuokrasin auton ainoastaan, kun mieheni, tyttärentäni avopuolisoinen tai sisarentäni perheineen tuli luokseni vierailulle. Olen käynyt kuntosalilla, erityisesti ryhmäliikunnassa jo kahdenkymmenenviiden vuoden ajan joka maassa, jossa olen tuona aikana asunut. Niinpä oli luonnollista, että myös Farosta etsin itselleni sopivan kuntoilupaikan. Urheilen kolmesti viikossa pelkästään paikallisten portugalilaisten ryhmässä. Yksi oma erikoisuuteni on seurannut mukana koko aikuisen elämäni ajan. Juon aamiaisella Assam TGFP -teetä irtoteestä haudutettuna. Ennen muuttoa uuteen maahan ostan mukaan puolen kilon verran Assam-teetä, sillä aina kestää jonkin aikaa löytää uudesta maasta juuri tuota teelaatua. Haudutettu Assam-tee on minulle ainoa materia, jonka olemassaolo maasta toiseen muutoissa on minulle tärkeää. Tähän mennessä pidin itseäni erikoisena, koska muu materia ei ole niin tärkeä. Tällä tavoin tuttujen arkisten käytäntöjen harjoittamista jatkamalla järjestin elämäni tutkimusprojektin ajaksi.

Otin siis tietoisesti subjektiivisen tulkinnan riskin tulevan aineistoni analysointiin. Taustani huomioiden koin, että tulkintani olisi ollut subjektiivinen joka tapauksessa. Kun tutkijan

---

<sup>8</sup> King, Warnes & Williams (King, Warnes et al. 2000), 44) käyttävät nimitystä *snowbirds* Pohjois-Euroopan ihmisistä, jotka pakenevat kylmää lumista talvea Eteläisen Euroopan lämpimiin maihin. Jotkut Etelä-Euroopan ihmiset pakenevat kesän kuumuutta ja turistimassoja vuorille tai Pohjois-Eurooppaan. Näistä he käyttävät nimitystä *sunbirds*.

subjektiivisuus nostetaan selvästi osaksi tutkimusmetodia, puhutaan autoetnografiasta (Ellis, Adams et al. 2011, 274). Tutkija sisällyttää oman kokemuksensa osaksi tutkimusaineistoa. Viime kädessä kyse on subjektiivisuuden käsittelystä: pyrkiikö siitä eroon mahdollisimman tarkasti vai pitääkö omaa subjektiivista kokemustaan niin merkittävänä, että ei edes pyri häivyttämään sitä. Autoetnografisessa tutkimuksessa tutkija käyttää omaa kokemustaan kuvaamaan kulttuurisia käytäntöjä ja kokemuksia. Autoetnografisen tutkimuksen muoto vaihtelee sen mukaan, kuinka paljon aineiston analyysissä painotetaan tutkijan omaa reflektointia, toisten ihmisten tekstejä, tutkijan ja tutkimuksen kohteena olevien toisten kuluttajien välistä vuorovaikutusta sekä haastattelun kontekstia. Ellisin, Adamsin ja Bochnerin (2011, 278) mukaan autoetnografinen tutkimus voidaan tehdä muun muassa seuraavin painotuksin:

- Etnografia alkuperäisväestön keskuudessa. Tutkija luo oman henkilökohtaisen kulttuurikokemuksen.
- Narratiivinen etnografia, jossa tutkimusjoukon kertomuksiin liitetään tutkijan omat kokemukset. Päähuomio on kuitenkin tutkittavan joukon kertomuksissa.
- Kahdenvälinen etnografia, jossa analyysi syntyy vuorovaikutuksessa tutkittavan joukon ja tutkijan oman motivaation tuloksena. Tällöin tutkijan omien tunteiden ja ajatusten annetaan vaikuttaa analyysiin.
- Refleksiivinen etnografia, jossa tutkija kertoo, miten hän itse muuttui tutkimusprosessin aikana.
- Kerroksellinen selonteko muistuttaa *grounded theory* -lähestymistapaa, sillä aineiston kokoaminen ja analyysi tapahtuvat samanaikaisesti.
- Henkilökohtainen kertomus, jolloin tutkija itse on ilmiön keskipisteenä ja analysoi omasta mielestään nousevia tarinoita.

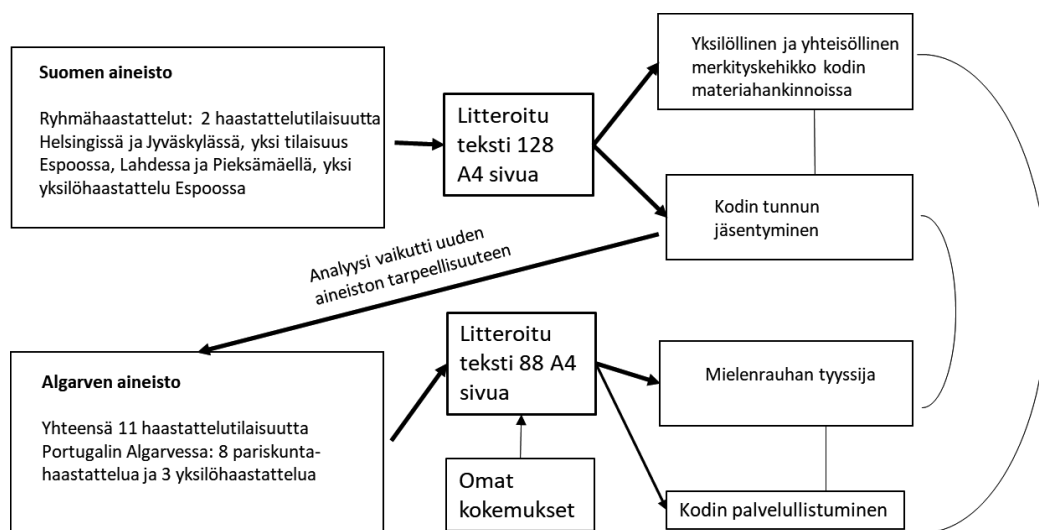
Oma asemani haastateltaviin Algarven suomalaisiin nähden oli lähellä niin sanottua narratiivisesta etnografiaa. Siinä päähuomio on siis toisten kuluttajien tekstien kuvailussa ja analysoinnissa. Tutkijan omat kokemukset liitetään näihin kuvailuihin ja analyysihin.

En halunnut olla suomalaisten kanssa tekemisissä ennen haastatteluja, jotta haastateltavien kertomukset olisivat minulle uutta tietoa juuri heiltä. En lähtenyt mukaan Algarven Suomi-seuran tapahtumiin enkä tavannut haastateltaviani ennen haastatteluja.

Tutkimukseni ei kuitenkaan ole puhdas etnografinen tutkimus, vaan omat kokemukseni tuovat aineiston tulkintaan etnografista lisää. Puhdas etnografinen tutkimus on enemmän induktiivista,

vaikka siinäkin tutkimuskysymykset perustuvat aiempaan tutkimustietoon ja siten deduktiivisesti teoriaan (Peacock 2001, 105–106). Etnografiassa dataa kerätään aistien, näkemisen, kuulemisen, haistamisen ja tuntemisen kautta. Tällöin syntyy kokemuksellinen data, jota tutkija koko tutkimusprojektin aikana järjestelee ja tulkitsee. Tavoitteena on löytää tarkasteltavan ryhmän kodin tunnun kokonaisuus. Koska täydellistä kokonaiskuvaa ei ole objektiivisesti tarkastellen mahdollista saavuttaa, tavoiteltua kokonaisuutta tulee lähestyä kategorioiden etsimisen kautta (mt., 24). Vaikka tutkija elää tutkittavan joukon kanssa tai sen läheisyydessä, tutkijan täytyy huolehtia, että pysyy analyttisenä (mt., 73).

Kulttuurin tutkimuksissa empiirinen analyysi tehdään tekstistä. Teksti voi olla peräisin eri tavoin kerätystä aineistosta, kuten havaintomuistiinpanoista, dokumenteista tai haastatteluista. Kuvan 3 avulla selvennän tämän tutkimuksen tekstiaineistokorpuksen koostumuksesta. Kuviossa esitän myös mihin tulkinnallisiin kokonaisuuksiin olen päätenyt analysoituani aineistoja.



Kuva 3. Aineistokorpuksen ja sen analysoinnin tulos

Tämän tutkimuksen Suomessa kerätty osa-aineisto on kerätty eri paikkakunnilla Suomessa seitsemästä ryhmähaastattelusta ja yhdestä yksilöhaastattelusta. Nämä haastattelut äänitettiin ja litteroitiin tallenteista tekstiksi. Litteroituna haastatteluaineisto oli 128 A4-sivua. Haastattelujen kestoja en tullut kirjanneeksi kuten tein toisen osa-aineiston kohdalla. Monella suomalaisella on käytössään kaksi kotia, joiden kodin tuntu on monesti hyvin erilainen. Toisen osa-aineiston keräsin haastattelemalla kahdeksaa pariskuntaa ja kolmea henkilöä yksilöhaastatteluina Portugalin Algarvessa. Näistä



haastatteluista kertyi litteroitua tekstiä 88 A4-sivua. Kaikki nämä tekstit muodostavat tutkimuksen korpuksen, johon analyysi kohdistuu (Braun & Clarke 2006, 79; Sulkunen 1990, 272). Aineistokorpuksen osaksi olen lukenut oman kokemukseni ulkomailla asumisesta. Tällä tuon julki sen, että olen aineiston analysoinnissa sekä tulkitsija että tulkinnan kohde.

### 3.2. ANALYYSOINTITAPA

Kulttuurin tutkimuksen piiriin kuuluvassa tutkimuksessa aineistoon suhtaudutaan porttina tutkittavaan ilmiöön. Fenomenologista lähestymistapaa käyttävä tutkija ensin kiinnostuu tutkittavasta ilmiöstä, hankkii ilmiöstä tutkimustietoa ja lukee ilmiöön liittyvää kirjallisuutta. Tutkijalla on siten ennakkokäsitys tutkittavasta ilmiöstä. Tämä ennakkokäsitys tulee kuitenkin siirtää taustalle, kun tutkija lähtee keräämään aineistoaan, jotta haastateltavien kokemukset ja niiden merkitykset nousisivat esiin uutena erityisenä tietona (Creswell, Hanson et al. 2007, 254). Suhteellisen avoimilla kysymyksillä pyritään nimenomaan tuomaan tutkittavien ääni kuuluviin ja häivyttämään tutkijan omat näkökulmat. Tutkija on aktiivisen kuuntelijan roolissa. Kerätystä empiirisestä aineistosta tutkija pyrkii löytämään yhdistävän ytimen, ilmiön olemuksen, esiin tulleiden merkitysten takana (Creswell, Hanson et al. 2007, 252).

Analysointiprosessiin kuuluu merkitysten kuvailua, yhdistelyä ja tulkintaa. Vaikka tulkinnan tekijä on itse tutkija, tulkinnan tulee olla aineistosta todennettavissa. Prosessi tulee kuvata askel askeleelta, jotta lukija voi tarkistaa, miten analyysityö on tehty. Tässä on kyse tulkinnan luotettavuudesta (Ehnmrooth 1990, 33). Analyysin arvioitavuuden kannalta on hyödyksi, jos osa analyysiprosessista raportoidaan hyvin perusteellisesti ja yksityiskohtaisesti. Tutkimusta lukevan toisen tutkijan ei tarvitse päätyä samaan lopputulokseen. Tällaisella raportoinnilla pelkästään annetaan lukijalle edellytykset arvioida ja hyväksyä tutkijan ratkaisut (mt., 59).

Prosessina analyysi alkaa merkityksellisten ilmaisujen, lauseiden ja kuvailujen ynnä muiden sitaattien merkitsemisestä, koodaamisesta. Koodit ovat ensimmäisen asteen merkitysyksiköitä (Goulding 2005, 304; Attride-Stirling 2001, 390). Tässä vaiheessa analyysi on vielä pinnallista. Seuraavaksi koodit liitetään laajempiin merkityskokonaisuuksiin. Konkreettisista sitaateista edetään vähitellen, askel askeleelta yhä abstraktimmalle tasolle. Aineistoa siis karsitaan, järjestellään ja typistetään, jotta olennainen tieto tulisi esiin (Braun & Clarke 2006, 84). Aineistotekstiä joutuu lukemaan useaan otteeseen, sillä merkitysten tulkintaan vaikuttaa, missä yhteydessä sitaatti esiintyy. Ylipäättään analyysi on spiraalimaista tulkintojen ja alkuperäisen aineistotekstin lukemista. Lopulta tutkija päätyy kuvailemaan ilmiön ytimen ja polun, joka tulkinnallisesti johti tuohon ytimeen. Tulkinnan tulosta tulee verrata aiempiin tutkimuksiin. (Creswell, Hanson et al. 2007, 252).

Ensimmäinen oma tulkintani liittyy tutkimuksen otsikon sanavalintaan. Olin siis tutkimassa kodin tunnun merkityskokonaisuutta. Aluksi pohdin, onko kyseessä kodin tunnun rakentuminen eri osatekijöistä. Aineiston lukemisen ja analyysin jälkeen hylkäsin rakentumisen termin, sillä se viittaa mielestäni suhteellisen samankaltaisten rakennuspalikoiden avulla muodostuvaan kokonaisuuteen; aivan kuin olisin rakentanut legopalikoista talon. Kuitenkin tiettyyn teemaan liittämälläni sitaateilla on värieroja. Ne eivät ole täsmälleen samanvärisiä legopalikoita. Lisäksi rakentuminen viittaa mielestäni aktiiviseen toimintaan, vaikka kuluttajat myös pelkästään omaksuvat merkityksiä ympäristöstään (vertaa Featherstone 1995, 75). Niinpä päädyin käyttämään jäsentymisen-termiä. Jäsentyminen kuvaa mielestäni sitä, että kodin tuntu -kokonaisuudet ovat tulkittuja merkityskokonaisuuksia. Ne eivät ole objektiivisia totuuksia.

Edellä esitetty karkea laadullisen tekstiaineiston analysointiprosessi pätee myös teemaahaastattelulla saadun tekstiaineiston analysointiin. Kuitenkin teemaahaastattelun analysointia on systematisoitu (Attride-Stirling 2001; Braun & Clarke 2006; Jokinen, Juhila et al. 2012). Teemaahaastattelun tavoitteena on, että haastateltavien kertomukset auttavat hahmottamaan yksittäisistä merkityksistä ja tulkinnoista jäsentyneitä kokonaisuuksia (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Kuten metodologialuvussa tuli esiin, teemaahaastattelun ensimmäinen vaihe on tutkimuskohteeseen tutustuminen, jotta tutkimuksen kannalta tärkeät teemat saadaan määriteltä. Aineistoa analysoitaessa saattaa tekstistä nousta induktiivisesti teemoja, joita tutkija ei ollut ennalta määritellyt teemoiksi (Braun & Clarke 2006), 83).

Analyysin kohteena on aineistokorpus, joka siis on saatu teemaahaastatteluihin osallistuvien haastateltavien kertomuksista. Kertomuksia tulkitseni käytän fakthanäkökulmaa (Koskinen, Alasuutari et al. 2005, 62). Tämä tarkoittaa, että oletan haastateltavien puhuneen haastattelutilanteessa avoimesti ja rehellisesti omista tuntemuksistaan ja mielipiteistään. Fenomenologisen filosofian mukaan merkitykset perustuvat yksilön tietoiseen käsitykseen asiasta, eikä silloin pohdita merkityksen tiedostamattomia psykologisia alkuperiä (Goulding 2005, 302). Haastateltavalle hänen kertomuksensa ovat totta, mutta tutkijan ei tarvitse pohtia tuon kertomuksen objektiivista totuutta, vaan hän tarkastelee kertomusta ja litteroitua tekstiä faktojen näkökulmasta. Kiinnostuksen kohteena on haastateltavien kokemuksistaan välittämä tieto. Tämä tieto heijastaa kulttuurillista sosiaalista todellisuutta, sillä haastateltavat tiedostamattaankin puhuvat asioista ja merkityksistä, jotka eivät ole täysin heidän omiaan, vaan niitä on omaksuttu ympäristöstä (Moisander & Valtonen 2006, 71; Mäkelä 1990, 48). Aionkin sijoittaa haastateltavien kertomukset osaksi tämän päivän yhteiskunnallisia ilmiöitä.

Analyysin tein tekstianalyysinä, jossa käytin Atlas.Ti7 -ohjelmaa. Perustan analyysini Braunin ja Clarken (2006) ja Attride-Stirlingin (2001) esittelemään teemoitteluanalyysiin. Jokisen, Juhilan ja Suonisen (2012) kategoria-analyysistä olen saanut lisätukea. Seuraavassa esittelen molempiin osaineistoihin käyttämäni analyysitapaa.

Pääperiaate on, että aineistosta haetaan teemoja, jotka tuovat esiin jotain tärkeää säännönmukaisuutta tutkimuskysymykset huomioiden. Teemat siis ovat yhteisiä merkityksiä eri haastateltavien kertomuksissa. Aineistoa luettaessa olennaista on osata löytää näitä yhteisiä merkityksiä. Esimerkiksi laadullisen aineiston analyysissä ei voida käyttää mitään matemaattista esiintymistiheyttä merkittävän teeman määrittämiseksi, vaan analyysi on tehtävä aineisto- ja tutkimuskohtaisesti. On tärkeää olla teemoittelussa johdonmukainen (Braun & Clarke 2006, 82).

Aineistoa analysoitaessa ja teemoja etsittäessä pyritään löytämään latentteja sosiokulttuurisessa kontekstissa tuotettuja merkityksiä. Teemoittelu on siten sinällään tulkintaa (Braun & Clarke 2006, 84). Kuitenkin on huomattava, että tulkintaa tapahtuu koko analyysin ajan. Tämän huomasi itsekkin. Jokaisen haastattelun jälkeen kirjasin haastattelusta mieleen jääneet asiat ja vein nämä muistiinpanot memoiksi Atlas-ohjelmaan. Memo on ohjelman työkalu omien muistiinpanojen, päiväkirjamerkintöjen ja johtopäätösten tekemiseen. Koskisen, Alasuutarin ja Peltosen (2005, 231–232) mukaan ensimmäiset muistiinpanot antavat aineistolle alustavan hahmon, auttavat löytämään aineiston kiinnostavimmat kohdat ja helpottavat teemoittamista. He ohjeistavat, että yksityiskohtaista analyysiä ei saisi aloittaa ennen huolellista aineistoon tutustumisvaihetta. Esimerkiksi Algarven aineistoa kerätessäni ensimmäisen memon tein ensimmäisen haastattelun jälkeen. Se oli läheisten ihmissuhteiden hoitaminen ulkomailta. Haastattelussa ilmeni selvästi, että internetissä olevat viestintäsovellukset mahdollistavat säännöllisen ja moninaisen yhteydenpidon läheisiin ihmisiin. Muistan, kuinka itse vuosina 1998–1999 kirjoittelin pitkiä kirjeitä Seattlesta Suomeen ja kuinka juhllallista oli saada itse lukea toisten lähettämiä kirjeitä. Ja kuinka paljon välillä ikävöin omia sisarusiani. Nyt tuo yhteydenpito oli helpottunut, mutta myös arkipäiväistynyt. Oma ulkomaan kokemuksen tuotti siis tuon muistiinpanon, joten sen merkitys piti myöhemmin tarkistaa koko aineistosta. Tämän tein ennen kuin litteroin haastattelun.

Ennen Algarven osa-aineiston koodausta syntyneet memot olivat otsikoiltaan seuraavia:

- nuoruuden nostalgia,
- vapaus elää omaa elämää,
- valtioiden rajojen hämärtyminen,
- asuminen palveluna,

- viehätyks Algarven portugalilaisiin,
- suomalaisuutta Algarven kodissa,
- aktiivinen ulkoilmaelämä,
- materia – ei vois vähempää kiinnostaa,
- ei titteleitä.

Noista memoistani ilmenee selvästi, että aineistosta nousseet teemat eivät ole yhtä kuin haastattelun teemakysymykset. Tutkimuksessa kysymyksiä on useassa tarkoituksessa: tutkimuskysymykset ohjaavat koko tutkimusta, haastattelukysymyksien avulla pyritään saamaan selville tutkimuksen kannalta merkityksellistä tietoa, aineistoa koodattaessa ja analysoitaessa aineistolle esitetään uudenlaisia kysymyksiä (Braun & Clarke 2006, 85). Teema-analyysi etenee Braunin ja Clarken (2006, 87) mukaan vaiheittain seuraavasti:

1. aineistoon tutustuminen, joka pitää sisällään litteroinnin,
2. ensi vaiheen koodaus,
3. teemojen etsintä,
4. teemojen arviointi,
5. teemojen nimeäminen niin, että analyysistä muodostuu kertomus,
6. tutkimusraportin kirjoittaminen.

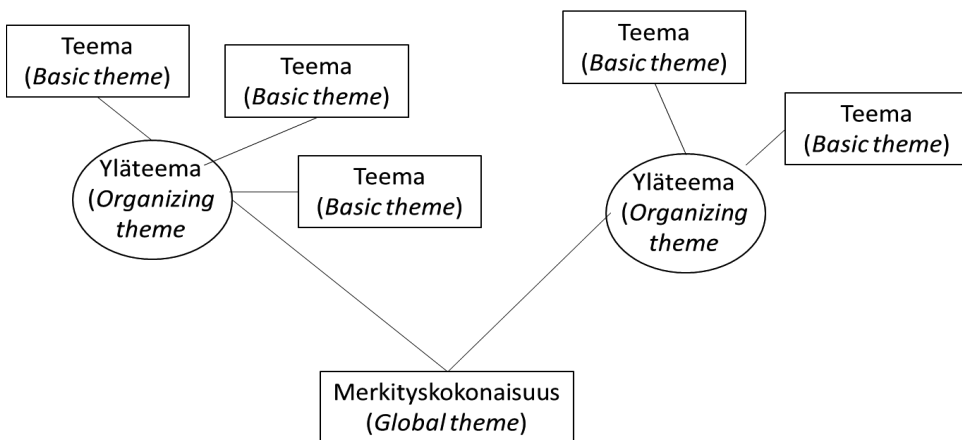
Aineistoon tutustumisen jälkeen varsinainen analyysi lähtee koodien merkitsemisellä. Koodi on tulkinta tietyn tekstin osan merkityssisällöstä, sen ominaispiirteistä aineistossa. Koodien avulla jäsennetään ja ryhmitellään aineistoa niin, että sieltä voi löytää säännönmukaisuuksia ja laajoja käsitteitä. Itse tein joistakin alkuvaiheen memoista koodeja. Kun tutkimus on teoriapohjainen, koodaamisen apuvälineenä voivat toimia tutkimuskysymyksestä (-kysymyksistä) johdetut kysymykset aineistolle. Nämä kysymykset riippuvat valitusta epistemologiasta ja ohjaavat sekä varhaisvaiheen koodaamista että analyysiä (Braun & Clark 2006, 85). Fenomenologisen epistemologian mukaan todellisuus on sosiaalisesti rakentunutta ja tästä tieto välittyy kokemuksiin liittyvien merkitysten kautta. Siten tämän tutkimuksen aineistolta kysyn, minkälaisina merkityksinä kodin tunnun osatekijät ilmenevät haastateltavien kertomuksissa ja miten nämä osatekijät liittyvät merkityksien kautta yhteen laajempaan merkityskokonaisuuteen.

Taulukko 1. Teemoitteluanalyysi taulukkona, esimerkki

Sitaatti	Koodi	Teema	Yläteema	Merkityskokonaisuus
	sitaatti voi linkittyä useaan koodiin			

Kun aineisto tiivistetään koodeiksi, säännönmukaisuuksien löytäminen helpottuu. Jokinen, Juhila ja Suoninen (2012, 42) määrittävät kategorisoinnin suunnilleen samalla tavoin: kategorisointi on ihmisten ja asioiden luokittelua ja luokkien nimeämistä. Kategorioiden löytämiseksi kannattaa tekstistä etsiä kategorioiden määreitä, sillä ne vihjaavat kategorioiden olemassa olost.

Alkuperäistä tekstiä on hyödyllistä käydä useasti läpi, jotta voi arvioida omaa tulkintaansa ja koko analyysinsä. Koodeja kannattaa luoda runsaasti ja erilaisia niin, että samaan sitaattiin kohdistuu mahdollisesti useita koodeja. (Braun & Clarke 2006, 88) Tämän tutkimuksen koodisitaattilinkkejä tuli yhteensä Suomen aineistossa 1693 ja Algarven aineistossa 1252 kappaletta, kun taustatietokoodit lasketaan mukaan. Kaikkea tekstiä ei tarvitse eikä kannatakaan koodata, mikäli tekstin osa ei tuo tutkimuksen kannalta merkittävää tietoa. Koodeja läpikäymällä niistä etsitään laajoja teemoja (mt., 89). Koodeja, teemoja ja niiden taustalla olevia tekstin osia, sitaatteja, käydään läpi useassa vaiheessa. Teemojen väliltä voi löytyä linkityksiä ja niitä voidaan yhdistää yläteemojen alle. Mahdollisesti teemakartat (kuva 4), taulukot (taulukko 1) ja muut visualisoinnit auttavat hahmottamaan ilmiön olemassaoloa. Kun olennainen on saatu aineistosta esille, teemoille annetaan kuvailevat, ytimekkäät nimet. Teemoista kirjoitetaan oma ”teematarina” ja miten se liittyy tutkimuksen koko tarinaan. Omaa tulkintaa verrataan aiempiin tutkimuksiin (mt., 90).



Kuva 4. Teemakartta, esimerkki (Attride-Stirling 2001, 388)

Tässä tutkimuksessa ”teematarinan” kirjoittaminen ei ollut suoraviivaista niin, että olisin kirjoittanut tarinan pelkästään antamani teeman jälkeisistä haastateltavien kertomuksista. Käytän esimerkkinä Algarven aineiston analysointia. Viihtyminen vaikuttaa olevan yleiskäsite kaikenlaiselle positiiviselle kodin tunteelle ja asuinpaikasta pitämiselle. Täten oma valintani käyttää viihtymistä kodin tunnun

elementtien yläkäsitteenä sai vahvistusta. Niinpä en kirjoittanut siitä erikseen ”teematarinaa”, vaan sisällytin tämän viihtyminen-teeman alaiset kertomukset otsikoiden: *Algarven viehätys, ihmissuhteet ja viihtyminen, mukavasti kodin sisällä, nyt jos koskaan elämme itseämme varten, elämäntyylit Algarvessa ja Suomessa* yhteyteen.

Teematarinan kirjoittamiseksi jouduin paloittelemaan analyysin teemoittain osiin. Sitten osien välillä kävin läpi, kuka sanoi mitäkin minkäkin teeman alla. Täten jouduin lukemaan jokaisen haastateltavan oman tarinan uudelleen ja vertaamaan sitä kaikkeen keskusteluun teemojen alla. Tämä paloittelu tulee ilmi seuraavien lukujen yhteydessä.

Teemoista ryhdyin etsimään yläteemoja, joista voisi muodostua merkityskokonaisuuksia. Merkityskokonaisuuksien nimeämiseksi harkitsin käyttäväni Paavilaisen metaforia hotelli, museo ja galleria (ks. sivu 72). Ne olivat ihastuttavan kuvailevia hänen tutkimuksessaan. Kuitenkin minun tutkimukseni käsittelee laajemmin kodin tuntua, eivätkä mielestäni nämä metaforat täysin sovi löytämiini kodin tunnun kokonaisuuksiin. Joka tapauksessa kodin tunnun merkityskokonaisuudet – tai vihjeet niistä – nousivat varhaisessa vaiheessa haastateltavien kertomusten päätarinoiksi. Lieneekö tähän vaikuttanut sekä Paavilaisen ja Leachin tutkimukset että omat ennakkokäsitykseni. Oletin, että jonkinlainen arkinen toiminnallisuus tulee esiin. Sekin oli selvää, että aineellinen maailma ei ole riittävä kodin tunnun muodostumiseksi. Heti kun konkreettista, näkyvää asuntoa tai rakennusta aletaan pitää kotina, konkreettinen altistuu mielikuvituksen ja haaveiden muokattavaksi (Bacherlard 1964 (1957), 47).

Kokonaisuuksien etsimisen aloitin tarkastelemalla sisustamisen tavaksi nimeämäni koodiryhmää. Tarkastelin, mitkä kaikki muut koodit esiintyivät yhdessä sitaateissa näiden sisustamisen tapakoodien kanssa. Tuosta tarkastelusta löytyi selkeästi yksi merkityskokonaisuus. Siinä tunnelman luominen, valo, pienet esineet ja haaveilu liittyivät toisiinsa. Merkityskoodeista viihtyminen ja tuoteominaisuuskooodeista esteettisyys linkittyivät tähän kokonaisuuteen. Nimesin tuon kokonaisuuden tunnelmointia ja yhdessäoloa merkityskokonaisuudeksi. Liitteessä 8 on kuvio, johon olen merkinnyt nämä eri koodien yhteisesiintymiset sekä kirjannut joitakin sitaatteja kuvaamaan merkityskokonaisuutta. Kuvio on tuloste analyysityökaluna käyttämästäni Atlas.ti -ohjelmasta.

Luin tarkasti kaikki yhteisesiintymisten takana olevat koodit. Moneen kertaan luettuani sekä sitaatit ja kertomukset sitaattien läheisyydessä että jokaisen haastateltavan puheet kokonaisuudessaan päädyin muodostamaan Suomen aineistosta kolme muuta kokonaisuutta. Nämä nimesin seuraavasti: toimiva tila, pesäkolo ja mielen sisäinen olotila. Liitteisiin 5, 6 ja 7 olen laittanut kunkin

merkityskokonaisuuden koodisitaattikuvion Atlas.ti -ohjelmasta ja kirjannut merkityskokonaisuutta kuvaavia sitaatteja. Nämä muut merkityskokonaisuudet perustuivat rajatumpaan ja ehkäpä selväpiirteisempään kotitilan merkitykseen. Käytännöllisen kodin tunnun nimesin toimivaksi tilaksi. Aineistosta voin päätellä, että on olemassa kahdenlaista kuluttajan pään sisäistä mielikuvaa kodin tunnusta. Toinen on mukavaan olemiseen keskittyvä kotoisuus, jossa omasta historiasta ja perhe- ja ystävyysuhteista muistuttavat esineet, huonekalut ja valokuvat ovat tärkeitä. Tämän kodin tunnun nimesin pesäkoloksi. Siinä korostuvat kodin rajat muuhun ympäristöön ja ulkopuolisiin ihmisiin nähden. Pesäkolo on yksityinen tila. Hyvin monelle pesäkolo tehtiin vapaa-ajan asunnolle tai muulle toiselle asunnolle. Kertomukset kakkoskodista saivat minut tutkimaan tarkemmin kodin tuntua kakkoskodissa ja hakemaan siitä erillisen aineiston. Tuosta aineistosta analysoimaani kodin tuntua käsittelemän tämän luvun lopussa otsikon Mielenrauhan tyyssija Algarvessa alla. Joillekin tietty paikka tai tila ei vaikuttanut olevan niinkään tärkeä, vaan se, minkälaisen henkisen olotilan kotitilassa saa tehtyä niin konkreettisesti kuin mielikuvissa ja haaveissa.

Tutkimusraporttiin kirjoitetaan siis aineistosta löydetty tarina. Analyysin ja tutkijan tulkintojen arvioimiseksi teemoja kuvaillaan alkuperäisen tekstin sitaattien avulla (Braun & Clarke 2006, 93). Olen myös pyrkinyt noudattamaan ohjetta, että sitaatteja ei lisätä tekstiin pelkästään aineistoa kuvailemaan, vaan niiden avulla viedään tutkimustarinaa eteenpäin. Tässä tutkimusraportissa sitaattit erottuvat muusta tekstistä lainausmerkeillä. Tekstissä kerron, mihin nimimerkkiin sitaatti liittyy. Nimimerkit ovat tekstissä *kursiivilla* fontilla. Jos sitaatti on pitkä, se esiintyy tekstissä erillisenä sisennettynä kappaleena. Joistakin sitaateista olen poistanut osan, joka ei liity käsiteltävänä olevaan asiaan. Poistetun osan tilalla on kolme pistettä (...). Mikäli olen lisännyt sitaatin sisään jonkin oman huomion tai lauseen täydennyksen, olen merkinnyt tekstini hakasulkujen sisään.

Laadullisen analyysin tueksi voidaan esittää määrällisiä laskelmia esimerkiksi taulukkoina tai matriiseina (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Koodien ja teemoihin kuuluvien elementtien lukumäärien laskeminen saattaa systematisoida analyysia ja estää analyysin etenemistä pelkästään olettamusten pohjalta. Siksi saattaa olla hyvä, että tutkija tekee jonkinlaisia laskelmia edes itseään varten. On kuitenkin muistettava, että laadullisessa tutkimuksessa aineiston koodaus ja teemoittelu ovat tutkijan omia tulkintoja tekstistä. Laskelmista tulee kertoa siitä, mitä on laskettu, mistä on laskettu ja mikä tarkoitus laskelmien esittämisellä on. Materian merkityskokonaisuuksia analysoidessani laadin joihinkin osatekijöihin graafisia kuvioita koodien esiintymisen tiheydestä. Esitän nämä kuviot myös lukijoille.

Suomen ja Portugalin haastattelut muodostavat kaksi erillistä osa-aineistoa. Viitaan tekstissä näihin osa-aineistoihin lyhenteillä S-aineisto ja A-aineisto, kun siteeraan haastateltavien kertomuksia. Esimerkiksi sitaatin yhteydessä oleva viittaus Maiju S-aineisto tarkoittaa, että sitaatti on peräisin Suomen haastatteluihin osallistuneen Maijun kertomuksista.

### 3.3.LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTIA

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointi eroaa määrällisen tutkimuksen arvioinnista suhteessa validiuden, toistettavuuden ja yleistettävyyden vaatimuksiin. Koska laadullisen tutkimuksen tulos on aina sidoksissa tutkimustilanteeseen tietyssä sosiaalisessa ja kulttuurisessa ympäristössä, ei tutkimusta ole mahdollista toistaa täsmälleen samalla lailla ja päätyä täsmälleen samanlaisiin johtopäätöksiin uusilla tutkimuksilla. Samoin tutkimustulosten validin totuuden vaatimusta ei ole mahdollista hakea, koska laadullisten tutkimusten taustalla olevan epistemologian mukaan totuus on kulttuurin tuotos. Tällöin ei voida puhua objektiivisesta totuudesta (Moisander & Valtonen 2006, 24). Tutkimustiedon arvioinnin kriteeri ei olekaan totuus vaan pätevyys ja perusteltavuus (Ronkainen 1999). Pätevyys ei ole itsestään selvä eikä metodin takaama, vaan se on argumentoitava ja perusteltava. Itse analyysin tulee olla systemaattista ja tulkintojen ymmärrettäviä. Niinpä laadullisen tutkimuksen tulosten oikeellisuuden ja tulosten merkittävyyden arvioimiseksi vaaditaan tarkkaa raportointia siitä, miten tietoa on tuotettu ja millainen tutkimusprosessi on ollut. Lisäksi luotettavuuden kannalta perusvaatimus on, että tutkijalla on riittävästi aikaa tehdä tutkimuksensa (Tuomi & Sarajärvi 2002, 138–139). Yleistettävyyden sijaan laadullisen tutkimuksen tulosten arvioinnissa kiinnitetään huomiota siihen, missä määrin tutkimuksen löydökset lisäävät ymmärrystä niistä kulttuurisista rakenteista, instituutioista ja käytännöistä, joita tutkimuksessa on tarkasteltu (Moisander & Valtonen 2006, 29–31).

Laadullisten tutkimuksien ominaispiirre on se, että tutkija itse on osa tutkimusprosessia, sen luoja ja tulkitsija. Niinpä samastakin aineistosta voi olla useampi perusteltu tulkinta (Ehrnrooth 1990, 37). Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelu ja saattaa olla lähes syvähaastattelua. Tämä tarkoittaa sitä, että tulkintaa tapahtuu sekä haastattelutilanteessa että haastattelusta saatua aineistoa analysoitaessa. Ensimmäistä tulkintaa syntyy, kun haastateltavat tulkitsevat haastattelijan valitsemia keskustelunaiheita ja kysymyksiä. Haastattelun aikana haastateltavat tulkitsevat myös muiden keskustelijoiden puhetta. Niinpä eri teemoihin käytetty keskusteluaikakin riippuu haastattelutilanteeseen osallistuneiden henkilöiden mielenkiinnosta keskustelun aiheesta kohtaan. Syntynyt keskustelu ei välttämättä etene tutkijan suunnittelemassa teemajärjestyksessä, jolloin joitain kysymyksiä saattaa epähuomiossa jäädä esittämättä. Tuomi ja Sarajärvi (2002, 77) eivät pidä tätä



ongelmana vaan makukysymyksenä. Toisin sanoen on makukysymys, pitääkö kaikille haastateltaville esittää kaikki suunnitellut kysymykset, pitääkö kysymykset esittää tietyssä ja samassa järjestyksessä, pitääkö sanamuotojen olla jokaisessa haastattelussa samat ja niin edelleen. Itsekin jouduin keskustelun edetessä muuttamaan teemojen ja niihin liittyvien kysymysten järjestystä. Olin yliviiivauskynällä korostanut avainsanoja, jotta haastattelun ja siis keskustelun kulun aikana pystyisin nopeasti paperiin vilkaisemalla muistamaan kysymykset.

Tutkimusaineistosta tuli varsin laaja. Olen kuitenkin halunnut käyttää paljon aikaa aineiston analysointiin ja tutkimusraportin kirjoittamiseen. Välillä olen pitänyt taukoa ja lukenut lisää tai uudelleen tutkimuksen kohteeseen liittyviä kirjoja ja tieteellisiä artikkeleita. Ajankohtaisia asioita olen seurannut sanoma- ja aikakauslehtien verkkojulkaisuista. Olen tässä raportissa pyrkinyt kuvaamaan yksityiskohtaisesti, miten olen työstänyt aineistoja, analysoinut niitä ja tulkinut haastateltavien kertomuksia. Tulkintojani vahvistamaan olen etsinyt tukea toisista vastaavia ilmiöitä selvittäneistä tutkimuksista, joiden tuloksia olen kirjoittanut osaksi raporttiani. Johtopäätöksissä tuon esille, mitä muutoksia tutkimustulosten pohjalta on nähtävissä kuluttajien käyttäytymisessä ja miten ne ilmentävät tätä aikaa.

Suomen haastattelut tein neutraalissa ympäristössä poissa haastateltavien kotoa. Mikäli olisin haastatellut henkilöitä heidän kotonaan, olisivat haastateltavien kertomukset olleet erilaisia kuin ne ovat tässä tutkimuksessa. Ensinnäkin haastatteluryhmän muiden osallistujien esiin tuomat aiheet olisivat mahdollisesti jääneet pois. Keskustelu olisi tältä osin keskittynyt vain sellaisiin aiheisiin, joita olisin kysynyt ja joista haastateltava olisi halunnut kertoa. Lisäksi kodin sisustus kaikkine aistittavine asioineen olisi tarjonnut sekä vinkkejä että estänyt joidenkin asioiden esille tuloa. Olisiko puhe siisteyden merkittävyyydestä joillekin haastateltavalle jäänyt pois, jos tämän koti olisi juuri haastattelun aikaan ollut vähemmän siisti?

Uskon, että Suomen haastattelun kertomukset edustavat jossain määrin haastateltavien ideaalimaailmaa, sellaista minkälaisena he haluavat kotinsa olevan. Tätä voin perustella jo silläkin, että arkielämän rutiineista ei kerrottu täsmällisesti vaan ylimalkaisesti. Arkirutiineista kertomisen jättäminen pois haastattelussa ei kuitenkaan ole tietoista asioiden yksinkertaistamista tai kaunistelua. Tavanomaisen, rutiininomaisen tekemisen mieleen palauttaminen ihmisen muistista on hankalaa (Schwarz & Oyserman 2001, 137) Se muistetaan epämääräisenä kokonaisuutena, vaikkapa arkiaskareina. Tämä tuli ilmi tämän tutkimuksen asumisen tavoista puhuttaessa, esimerkiksi arjen sujumisen vaatimuksena. Sen sijaan irralliset, ei niin säännölliset tapahtumat ja tekemiset muistetaan

helposti. Niinpä tavanomaisten rutiinien ja niihin liittyvien materiaalien tutkimiseen tarvittaisiin toisenlaisia tutkimusmenetelmiä, esimerkiksi havainnointia tai päiväkirjan pitämistä.

Myöskään Suomen haastateltavien koko kotiesineistö ja materia eivät selvästikään tulleet mukaan tähän tutkimusaineistoon. Osasta materiaista tulee niin olennainen osa kotiympäristöä, että yksittäisen esineen olemassa oloa kuluttaja ei aktiivisesti edes muista. Ne muuttuvat kodin kehyksiksi, kuten Miller (2010, 155) asian ilmaisi. Tämän voi päätellä esimerkiksi siitä, että tämän tutkimuksen ihmisten puheiden perusteella heillä oli varsin vähän huonekaluja kotonaan, sillä esille tuli keskimäärin neljä huonekalua haastateltavaa kohti. Muun muassa Paavilaisen (2013, 69) tutkimissa kotitalouksissa oli keskimäärin 23 huonekalua. Hän teki haastattelut haastateltavien kotona ja muun muassa otti runsaasti valokuvia. Myöskään teknisiä koneita tai laitteita ei Suomen haastatteluissa juurikaan mainittu.

Aloitin lukemaan kakkoskotiin liittyviä tutkimuksia ja muuta kirjallisuutta ennen kuin aloitin tutkimusprojektin Portugalissa. Kuitenkin tein koehaastattelut Algarvessa huhtikuussa 2016 edellisen haastatteluaineiston tulosten pohjalta. Ryhmähaastatteluna toteuttamistani koehaastatteluista jäi mielestäni puuttumaan jotain. Minulle jäi myös käsitys, että jotkut eivät halunneet paljastaa kaikkea tietoa ryhmälle. Muun muassa sain joistakin henkilöistä käsityksen, että he ovat tulleet Portugaliin rakentamaan itselleen uutta identiteettiä konkurssin jälkeen. Niinpä koehaastattelujen jälkeen keskityin lukemaan lisää tutkimuksia. Koska laadullinen tutkimus pohjautuu teoriaan, tulee aiempiin tutkimuksiin tutustua jo käsitelmäärittelyjenkin takia (Braun & Clarke 2006, 86). Mielestäni lukeminen syvensi tietämystäni ilmiöihin kakkoskotiasumiseen liittyen. Niinpä laadin koehaastattelujen jälkeen uuden haastattelujen teemasuunnitelman.

Pidin mielessä, että antropologisessa tutkimuksessa on huolehdittava, että omat ennakkokäsitykset eivät johda tulkintaa. Siksi tutkimusprojektin tulee alusta lähtien noudattaa systemaattista suunnitelmaa ja oma tulkinta tulee raportoida huolellisesti (Peacock 2001, 107). Haastattelun teemat olin hahmotellut ennen kuin muutin Algarveen. Teoriaa lukiessani syksyn 2016 aikana teemoihin tuli muutoksia. Itse haastatteluissa noudatin haastattelun suunnitelmaa. Autoetnografisessa tutkimuksessa luotettavuutta arvioidaan sen mukaan, onko kertojan tarina uskottava ja kuinka käyttökelpoinen ja hyödyllinen kertojan oma tarina kokemuksestaan on (Ellis, Adams et al. 2011, 282). Tässä tutkimuksessa oma kokemukseni toimi ainoastaan tulkinnan välineenä, ei itse aineistona. Onko omasta ulkomailta asumisen kokemuksestani ollut hyötyä, ja missä määrin kokemukseni on tuonut lisätietoa tutkittavasta ilmiöstä, jää lukijan arvioitavaksi. Itse koin, että minun oli helppo ymmärtää, mitä haastateltavat kertoivat silloinkin, kun heidän kertomuksensa hämmästyttivät minua.

Haastateltavien kertomuksien perusteella eläminen Algarven-kodissa on lähes pelkästään miellyttävää. Eihän elämä missään ole pelkästään mukavaa. Olisiko minun pitänyt kysyä erikseen epämiellyttävistä ja ylipäättään negatiivisista asioista Algarven-kodin tuntuun liittyen? Kertomuksista käy vain epäsuorasti esille, että negatiivisiakin kokemuksia haastateltavilla on ollut. Pariskunta *Golfari* vaihtoi asuntoa ensimmäisen vuoden jälkeen. He kokivat, että ensimmäinen asunto sijaitsi meluisassa paikassa aivan turistien huvittelupaikkojen keskellä. Toinen pariskunta joutui pettymään, kun vuokranantaja oli vaihtanut vuokra-asunnon kalusteet lähes käyttökelvottomiin sen jälkeen, kun vuokrasopimus oli tehty. He pyysivät vuokranantajaa viemään kalusteet pois. Niinpä he joutuivat yllättäen itse ostamaan kaikki kalusteet asuntoonsa, jonka luulivat vuokranneensa kalustettuna. Talvella useimmat Algarven asunnot ovat Suomeen verrattuna koleita ja ilman suhteellinen kosteus on korkea. Sellainen sisäilma on hyvin epämiellyttävää. Kuten haastateltavien kertomuksista ilmeni, oli moni heistä ostanut mattoja lattioille ja erillisiä lämpöpattereita. Vaikka portugalilaisten tapaa kohdata toinen ihminen ihailtiin, on heidän käyttäytymisessään kääntöpuolensakin. Haastattelujen ulkopuolella jotkut neuvoivat minua olemaan kärsivällinen jonottaessani kaupan kassalla, puhelinoperaattorin toimipisteessä tai kunnan virastossa. Jos jonossa sattuu olemaan kassahenkilön tai virkailijan tuttu, kuulumiset vaihdetaan ja valokuvia katsellaan kaikessa rauhassa. Vaikka päivittäistavarakauppojen valikoimista melko helposti löytää omien tottumusten mukaiset tavarat, ei niin ole laita kaikkien tavararyhmien kohdalla. *Etelän vaari* sanoi sopivien uusien huonekalujen löytämisen olevan vaikeaa. Myös suorien lentoyhteyksien puutetta harmiteltiin. Hankalasta matkasta johtuen Suomessa asuvat perheenjäsenet eivät usein tee matkoja Algarveen. Lapsiperheillä matkakustannukset tulevat suhteellisen kalliiksi, vaikka viime vuosikymmenen aikana lentolippujen hinnat ovat laskeneet huomattavasti.

#### 4. KODIN TUNNUN OSA-ALUEET

Tässä luvussa tarkastelen aiempia tutkimuksia, joissa on tutkittu erilaisia tekijöitä kodin määrittäjinä.

##### 4.1. VIIHTYMINEN KOTONA

Vaikka käytännöt ovat keskeisiä arkisia asioita kodissa, ihmisten puheissa korostuu usein viihtyminen ja se, että kotona on mukava olla. He ajattelevat omaa viihtymistään siinä hetkessä. Yhtä tärkeää on, että koti kalusteineen ja esineineen muistuttaa menneistä tapahtumista ja itselle merkityksellisistä ihmisistä (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 87). Rybczynskin (1988, 231) mukaan viihtyminen, kotoisuuden tuntu<sup>9</sup> muodostuu yksityisyydestä, perhe-elämästä, rentoutumisesta, kotitalouden suorituskyvystä, nautinnollisesta mielihyvästä ja mukavuudesta. Näistä mukavuus on nykyään tärkein (Blunt & Dowling 2006, 102). Mukavuuden merkitystä on lisännyt tekniikan kehitys niin, että arkielämää helpottamaan ovat levinneet lähes joka kotiin niin pehmustetut huonekalut kuin myös pyykinpesukoneet, astianpesukoneet, mikroaaltouunit, jääkaapit ja pakastimet. Sisä-wc, juokseva vesi, lämmin ja raikas huoneilma ja toimiva viemäröinti ovat itsestään selvyyskysymyksiä. Tällöin mukavuuden tunteessa yhdistyvät arkiset käytännöt, materia ja teknologia. Mukavuus tarkoittaneekin nykyään sekä rentoutumista (*relaxation*) että elämisen ja asumisen helppoutta (*convenience*).

Olenkin ottanut käsitteen viihtyminen tutkimuksessani kodin sisällä olevan ilmapiirin yleiskäsitteeksi. Se on johdettu verbistä viihtyä. Kielitoimiston sanakirjan (Kielitoimiston sanakirja 2017) mukaan viihtyä tarkoittaa ”tuntea olonsa määrätilanteessa tai -ympäristössä miellyttäväksi, mukavaksi, kotoiseksi”.

Suomessa julkinen valta vaikutti aktiivisesti sotien jälkeen niin asuntorakentamiseen ylipäätään kuin perheiden tapaan elää ja asua kotejaan. Saarikangas (2008, 156) kirjoittaa, että julkinen valta halusi tilallisesti erottaa elämän eri alueet. Sosiaalinen kanssakäyminen ja työnteke kuuluivat julkisiin tiloihin; koti pyhitettiin perheen yksityisen yhdessäolon alueeksi ja levon paikaksi. Ulkomaailmaa ja kaupungin katuja pidettiin turmiollisena. Perheet haluttiin asuttaa turvallisiin ja viihtyisiin kodin tiloihin. Kodin sisällä keittiö oli kotitaloustyön pääpaikka ja ”huoltokeskus”, makuuhuone yksityisyyden ydinpaikka ja olohuoneesta tuli arkisen yhdessäolon ja levon paikka erityisesti 1960-luvulta lähtien television yleistymisen myötä. Siten kodin yksityisyyden puitteita määriteltiin perheen ulkopuolelta.

---

<sup>9</sup> Rybczynski (1988, 231) käyttää ilmaisua *domestic comfort*, ja kirjoittaa, että “domestic comfort involves a range of attributes – convenience, efficiency, leisure, ease, pleasure, domesticity, intimacy, and privacy – all of which contribute to the experience”.

Tila ei ole automaattisesti viihtyisä eikä kotoisa. Viihtyisyys syntyy vähitellen tai se luodaan tietoisesti. Blunt ja Dowling (2006, 23) kirjoittavat, että ihmissuhteet ja tunnesiteet siirtyvät ja siirretään aineellisten asioiden ja mielikuvituksen välittämällä tilaan, josta muodostuu kodin tuntu. Esimerkkinä tällaisesta kodin luomisprosessista on Fuentesin (2011, 72) tutkimus. Ruotsalaiset nuoret miehet tekivät kalustetun alivuokralaisasunnon kotoiseksi jättämällä ympäri asuntoa näkyviin omia arkisia tavaroitaan, kuten vaatteita, tietokoneen, kirjoja, musiikin kuuntelemiseen liittyvää tavaraa sekä muuttamalla kalusteiden paikkoja omiin rutiineihin paremmin sopivaksi. Jotkut kuljettivat mukanaan asunnosta toiseen muuttaessaan jonkun itselle tärkeän esineen kuten taulun. Kodin tinnun syntymisessä siten materia ja mielikuvitus, konkreettinen ja abstrakti dimensio, käyvät vuoropuhelua. Vuoropuhelusta Blunt ja Dowling (2006, 22) kertovat esimerkin: jos mielikuva kodista on lepopaikka työn vastapainoksi, koti kalustetaan ja sisustetaan tällaiseksi lepopaikaksi.

Olenainen osa kodiksi tulemisessa ovat myös läheiset ihmissuhteet kotitilassa ja sen ulkopuolella, kuten palvelutalon asukkaat totesivat. Myös kuluttajan omat arkiset askareet ja muut tekemiset ja käytännöt kotona auttavat kiinnittymään asuntoon tai taloon. Kaiken kaikkiaan kodin tuntu syntyy siis asumisen ja elämisen kautta (Blunt & Dowling 2006; Fuentes 2011).

Kautta aikojen ihmiset ovat tarvinneet turvapaikkaa suojaksi ulkoisilta uhkilta. Paikan rajat tarkoittivat turvaa sisäpuolella ja mahdollista uhkaa rajan ulkopuolella. Turvallisuusajattelu tarkoitti ryhmän, kylän tai asuinkunnan, turvallisuutta ulkoista uhkaa vastaan. Ihmiset asuivatkin joukoittain yhteisissä tiloissa (Rybczynski 1988, 77). Vasta itsetietoisuuden tulo ihmisten ajatteluun Keski-Euroopassa kaksi-kolmesataa vuotta sitten pani alulle yksityisen tilan tarpeen tavoittelun (mt., 35). Alun perin juuri mahdollisuus saada yksityinen tila pelkästään perheen käyttöön mahdollisti kodin syntymisen. Arviolta 1700-luvulle asti asumuksissa tehtiin ansiotöitä, siellä käytiin neuvotteluja ja kauppaa, ne toimivat ravintoloina ja kapakoina ja siellä myös majoittui erilaisia ihmisiä. Yksityisyyttä ei tuolloin tunnettu.

Suomessa yksityisyyden arvostus ja tavoittelu levisivät 1800-luvulta porvariston keskuudesta (Heinonen 2007, 172). Talonpoikaiskulttuurissa isäntäväki teki töitä ja asui yhdessä palvelusväen kanssa vielä pitkään. Samoin pienissä työläisasunnoissa majoittui paljon väkeä. Lopulta funktionalismi 1930-luvulla toi yksityisyyden ja perhe-elämän ihanteen asuntojen suunnitteluun ja kodin tila määriteltiin ydinperheen omaksi tyyssijaksi (mt., 194).

Viime aikoina kodin yksityisyys on avautunut takaisin ulospäin, yksityiselämä on tullut taka-alalta näyttämölle (Jallinoja 2004; Manninen 2017). Kodeissa järjestetään luentoja, konsertteja,

ravintolapäiviä ja majoitetaan turisteja. Kaikille avoimet kotitapahtumat luovat kaupunkiin kylämaista tunnelmaa, kirjoittaa Manninen.

Tilojen jaottelu turvallisesti kotitilaksi ja uhkaavaksi ulkotilaksi on nykyään epäselvää. Turvallisuuden tunne yksityisyyden tarpeen perusteena lieenee lieventynyt suhteellisen turvallisissa maissa kuten Suomessa tai Portugalissa. Monet väkivaltarikokset tapahtuvat yksityisissä paikoissa niin, että tekijä on uhrille läheinen tai muu tuttu (Oikeusministeriö 2017; ks. myös Mallett 2004, 96). Ehkäpä yksityisyys onkin lähinnä sitä, että yksityisessä tilassa voi olla piilossa tirkistelijöiltä (Mallett 2004, 71). Kuten Lahden koehaastatteluun osallistunut Johanna kertoi: ”Jos minä siivoon, niin minulla on musiikki päällä ja villasukat jalassa ja mä tanssin samalla. Silloin on verhot kiinni.”

Itsemääräämisoikeus vaikuttaa itsestään selvydeltä kodin yksityisyyden piiriin kuuluvana. Itsestään selvää se ei kuitenkaan aina ole. Sen merkitys on tullut esiin palvelutaloon joutuvien ihmisten kotiutumista selvittämissä tutkimuksissa. Esimerkiksi van Hoofin et al. (2015, 8) tutkimuksen mukaan uusille asukkaille oli tärkeää, että he saivat järjestellä tavaransa mielensä mukaan ja säilyttää omia tapoja niin paljon kuin se hoidon kannalta oli mahdollista. Itsemääräämisoikeuden säilyttäminen vaikutti olevan osa kotiutumista.

Uhat eivät kuitenkaan rajoitu kotioven taakse tai sisälle, vaan niitä voi tulla verkkoyhteyksien kautta suoraan yksityisyyttä loukkaamaan. Esineiden välinen internet (*IoT Internet of things*) tuo omat uhkansa. Kuluttajia varoitetaan siitä, että kodinkoneita hankittaessa niihin pitää suhtautua eri lailla kuin ennen. Kun kuluttaja haluaa ostaa pyykinpesukoneen tai leivänpaahtimen, hän onkin ostamassa tietokonetta, joka pystyy pesemään pyykkiä ja paahtamaan leipää (Hyppönen & Nyman 2017, 6–9). Yhtäkkiä kotitalouden kulutustavat eivät säilykään kodin seinien sisällä. Vähintäänkin laitevalmistajat saavat tietää kuinka usein taloudessa pestään pyykkiä, minkälaisia pyykinpesuohjelmia siellä käytetään, kuinka monta kupillista kahvia valmistetaan päivittäin ja niin edelleen. Pyykinpesun käytäntöön tulevat mukaan salasanojen vaihtaminen, ohjelmapäivitykset ja muut turvallisen verkkokäyttäytymisen tavat. Giddens (2013, 27) toteaaakin, että olemme tänä päivänä tavanomaisessa elämässämme riippuvaisia asiantuntijajärjestelmästä, vaikka emme näe tai tapaa näitä asiantuntijoita. Koska näihin asiantuntijoihin on turvauduttava yhä enemmän, on opittava tunnistamaan uudenlaisia riskejä. Aiemmin pyykinpesukoneen käytössä piti huolehtia, että ei pääse tapahtumaan vesivahinkoa. Nyt riskinä saattaa olla, että joku lähettää roskapostia koneen verkkoyhteyksiä hyödyntäen. Pitäisikö yksityisen kodin rajat määritelläkin virtuaalisiksi *on-off*-periaatteella? Onko koti yhteydessä verkkoon ylipäätään tai tällä hetkellä?

Kodin tunnussa mukavuus on keskeistä. Rybczynskin (1988, 230) mukaan mukavuus koostuu useista elementeistä, jotka ovat historian saatossa yksi kerrallaan tulleet osaksi mukavuuden käsitettä. Se on kuin sipuli, johon kasvaa aina uusi kerros niin, että entiset kerrokset jäävät osaksi mukavuuskokonaisuutta. Ensin piti kehittyä perheen yksityinen tila, koti, ennen kuin yksityistä mukavuutta pystyttiin edes käsittämään. Sitten kodin mukavuuteen yhdistettiin rentous ja vapaa-aika. Teknisen kehityksen mukanaan tuomat nykyajan mukavuudet ovat tulleet niinkin myöhään kuin 1890-luvun jälkeen. Kehitys toi koteihin ensin lämmityksen, valaistuksen ja ilmanvaihdon, sitten työn tekemisen tehokkuuden ja vaivattomuuden. Mukavuus saa aina uusia ulottuvuuksia ilman, että entisestä mukavuudesta halutaan tinkiä.

Tuolin historian avulla voi kuvata, miten rento kotona oleilu tuli osaksi mukavuutta. Vaikka tuolin alkuperä on sijoitettavissa antiikin Kreikkaan, kesti monta sataa vuotta ennen kuin tuoli kehitettiin mukavaksi istua (Rybczynski 1988, 81–83). Syynä hitaaseen kehitykseen oli kulttuuri, miten istumiseen suhtauduttiin. Keskiajalla tuolit olivat kulmikkaita, sillä tuolia käytettiin vain sosiaalisen arvoaseman ilmaisemiseen. Tuolilla istuva henkilö oli läsnä oleviin henkilöihin nähden ylemmässä asemassa. Vieläkin englanninkielinen sana puhemies tarkoittaa tarkasti käännettynä tuolimies (*chairman*). Vasta kun alettiin istua rennosti ja samalla seurustella, pelata korttia ja kuunnella musiikkia, tuolia ryhdyttiin muotoilemaan ihmisvartalolle paremmin sopivaksi. Nojailevaan istuma-asentoon kehitettiin erilaisia tuoleja, joissa saattoi olla myös pehmusteita (Sarantola-Weiss 2003, 12–17). Koteihin tuli nojatuoleja ja lepotuoleja. Istumisasento jatkoi muuntumista yhä rennommaksi loikoiluksi. Suomessa 1960-luvulla pehmeät sohvaryhmät valtasivat tavalliset suomalaiset kodit. Oli aivan soveliasta ainakin kotioiloissa nostaa jalat lattialta muhkealle nojatuolille, sohvalle tai sohvapöydälle ja istua puolimakaavassa asennossa.

Yksi tärkeimmistä kehityksistä liittyy valoon. Pimeän aikaan valon lähteenä käytettiin puolentoista vuosituhannen ajan eläinten rasvasta tehtyjä kynttilöitä, jotka ärsyttivät silmiä, haisivat, tuottivat karstaa ja heikkoa, lepattavaa valoa (Rybczynski 1988, 137–141). Kaasulampun keksiminen muutti elämää kodin sisällä merkittävästi. Entistä parempi valaistus toi paitsi mukavuutta, myös mahdollisti monenlaisten askareitten tekemisen myöhään iltaan, ja muun muassa lukutaito lisääntyi. Valo vaikutti myös hygienian ja puhtauden paranemiseen, sillä valossa lika ja sotku tulivat selvemmin näkyville. Kunnollinen valo sai nopeasti aikaan näin merkittäviä muutoksia.

Sähkön keksiminen näkyi ensimmäisenä valaistuina katuina. Kodin sähkölaitteista silitysrauta ja pölynimuri yleistyivät nopeasti. Rybczynskin (1988, 154) mukaan niiden nopea yleistyminen yksityisissä kodeissa perustui mukavuuteen, miellyttävämpään työn tekemiseen eikä ensisijaisesti

ajan säästöön. Kotityön tehokkuutta alettiin myös systemaattisesti tutkia teollisuuden oppien perusteella 1800-luvun loppupuolella (mt., 168–170). Tuloksena syntyi oppaita keittiön työtason korkeuden, työvälineiden, kodinkoneiden ja laitteiden sijoittelun ja työtapojen optimoimiseksi. Tehokkuus oli tullut osaksi kodin mukavuuden käsitettä. Tämä tehokkuusajattelu yhdistettynä puhtauden ja siisteyden vaatimukseen levisi pian myös Suomeen valistustyön kautta (Heinonen 2007, 178).<sup>10</sup> Koteja oli alettu varustaa sähköisillä koneilla ja laitteilla. Ennen sota-aikaa sähköistettyihin suomalaisiin kotitalouksiin oli jo hankittu jääkaappeja, kahvinkeitin, sähköhelloja, vohvelirautoja, sähkötuulettimia ja tomunimijöitä, kuten pölynimureita silloin nimitettiin (mt., 192).

Sisä-wc ja kylpyhuone jokaisessa kodissa on ollut vasta suhteellisen lyhyen aikaa. 1890-luvulta lähtien Helsingin asuntoihin alettiin asentaa ”vesiklosetti”, mutta kylpyhuone oli vielä pitkään harvinainen (Heinonen 2007, 177). Vuonna 1960 sisä-wc oli 35,4 prosentilla ja kylpyhuone 15,7 prosentilla koko Suomen asunnoista, vuonna 2016 lähes kaikissa asunnoissa oli sekä sisä-wc että kylpyhuone (Suomen virallinen tilasto (SVT) 2017). Asuntoihin tuleva juokseva vesi merkitsi paitsi asumismukavuuden kasvua myös puhtaampaa juomavettä (Saarikangas 2008, 136). Nykyään kylpyhuoneen merkitys hygienian ja peseytymisen paikkana on laajentunut nautinnolliseen kylpemiseen ja rentoutumiseen (Quitau & Røpke 2009, 239). Näistä mukavuuden sipulin kerrostumista tuskin kukaan tänä päivänä haluaa tinkiä.

Nykyään esineiden internetin kehittymisen aikana kuluttajien koteihin muodostuu sähköinen arki, johon kuuluvat esimerkiksi niin kutsutun älypuhelimien kautta jääkaapin sisältö ja kiinteistön vartiointi kuin sosiaaliset kontaktitkin (Virtanen 2017). Koneiden välinen internet on paitsi uhka yksityisyyteen ja turvallisuuteen myös mukavuutta lisäävä järjestelmä. Kun menee kylpyhuoneeseen, äly-wc-istuin tunnistaa tulijan, säättää istuimen, valon, istuinosan lämpötilan, taustamusiikin, nostaa ja laskee istuinkannen automaattisesti, pesee ja kuivapuhalttaa käyttäjän sekä huolehtii jätteen tyhjennyksestä (Matti 2018).

Moderniin elämään kuuluu siis monenlaisia tekniikan kehittymisen mukanaan tuomia mukavuuksia, joihin olemme tottuneet ja joista emme halua luopua. Ne ovat osa nykyajan kulttuuria. Ongelmalliseksi mukavat tavat tulevat silloin, kun liiallinen mukavuus passivoi ihmisiä. Auton

---

<sup>10</sup> Valistustyötä tekemään ja kotitaloustyön tutkimiseen perustettiin erilaisia naisjärjestöjä muun muassa Martat sekä kotitalousopistoja ja Työtehoseura (Saarikangas 2002, 261). Kotitaloustyön, kotitalouden ja kodin talouden tutkimus johtivat lopulta vuonna 1946 kodin taloustieteen oppiaineen perustaminen Helsingin yliopiston Maatalous-metsätieteelliseen tiedekuntaan. Myöhemmin vuonna 1995 oppiaineen nimi muutettiin kuluttajaekonomiaksi.



käyttäminen pienimmilläänkin matkoilla, rullaportaiden käyttö, valmisruuat ja vapaa-ajan painottuminen passiiviseen television tai muunlaisen kuvaruudun katsomiseen ovat paitsi tehneet monen elämästä tylsää, myös koituvat ihmisten terveydelle vaaralliseksi. Markkinoille tulleista tuotteista monet säästävät ihmisen aikaa ja fyysisen ponnistuksen tarvetta. Ruuskasen (2004, 161–162) väitöstutkimuksen mukaan puolet vapaa-ajasta käytetään passiivisesti erityisesti televisiota tai tallenteita<sup>11</sup> katsellen.

Seuraavaksi ryhdyn tarkastelemaan yksilöä ja kuluttajaa.

#### 4.2. IDENTITEETTI JA ELÄMÄNTYYLI

Subjekttiivisen todellisuuden keskeinen elementti on identiteetti (Berger & Luckmann 1994, 195). Sosiologian näkemyksen mukaan identiteetti muodostuu minän ja yhteiskunnan välisessä vuorovaikutuksessa (Hall 1999, 22). Minä säilyy, muotoutuu ja muokkautuu jatkuvassa dialogissa minän ulkopuolella olevien kulttuuristen maailmojen ja niiden tarjoamien identiteettien kanssa. Tarjotut identiteetit voivat pohjautua paikallisuuteen, kansalliseen historiaan, kieleen, sukupuoleen, ikäluokkaan, esteettiseen makuun, seksuaaliseen suuntautumiseen, kulinaristiseen mieltymykseen, eettisiin periaatteisiin, harrastuksiin tai vaikkapa uskomukseen maailmankaikkeuden synnystä. Tiettyyn paikallisuuteen, kielialueeseen ja kulttuuriin pohjautuvat identiteetit ovat jo jonkin aikaa olleet rapautumassa. Nämä melkeinpä syntymälahjana saadut vanhat identiteetit vakauttavat varsin kauan sosiaalista todellisuutta (mt., 19). Nykyisenä aikana ne antavat tietä uusille identiteeteille ja sirpaloittavat modernia yksilöä yhtenäisenä subjektina. Maatalousyhteiskunnan aikana yksilöillä oli suhteellisen vakaa identiteetti, joka ilmeni traditionaalisena tapana elää. Tämä yhteiskunta tuli tiensä päähän viimeistään 1960-luvulla, jota pidetään yhtenäiskulttuurin hajoamisen vuosikymmenenä. Nytemmin minä koostuu useista identiteeteistä, jotka ovat joskus ristiriidassa keskenään (mt., 22). Identiteettiä toteutetaan yhä enemmän elämäntyylivalintojen kautta samalla kun traditioiden – perinteisiin perustuvan tavan elää – merkitys vähenee (Giddens 1991, 5). Ihmiset joutuvat suhteuttamaan itsensä jatkuvasti kaiken aikaa muuttuvaan ympäristöön ja sen tarjoamiin identiteettimahdollisuuksiin. Identiteetistä on tullut tehtävä ja elämänaikainen projekti, joka ei ole koskaan valmis (Bauman 2011, 431; Giddens 1991, 33; Hall 1999, 23). Identiteettityö on siten siirtynyt paljolti yksilöiden itsensä harteille. Ihminen on samalla sekä identiteetin tekijä että tuon tekemisen kohde (Snow & Heirling 1992, 847).

---

<sup>11</sup> Tuolloin puhuttiin vielä videoista

Tässä identiteettiprojektissa ihmisen arvioinnin kohteena on se, missä määrin hän antaa painoarvoa toisaalta turvallisuuden tunteelle ja toisaalta valinnan vapaudelle (Giddens 2013, 31). Monesti turvallisuushakuinen elämäntyyli ja tavanomainen tapa toimia sulkee pois vapauden toteuttaa mielihaluja samanaikaisesti. Jos identiteetin toteuttaminen on ristiriidassa yhteisön odotusten kanssa, omaperäisen elämäntyylin avulla yksilö voi vastustaa tai jopa paeta yhteisön normaalia tapaa elää (Chaney 1996, 122; Ulver & Ostberg 2014, 843).

Perinteiset sosiaaliset rakenteet kuten sosiaaliluokka tai kyläyhteisö ja perheyhteisö eivät siis enää ole auttamassa valintojen tekemisessä. Yhä enemmän olemme vain yksilöitä, joilla on erilaisia makuja, elämäntyyliä ja mielihaluja. Ihmiset voivat mieltää itsensä maratonaariksi, sohvasurffaajaksi tai karppaajaksi mieluummin kuin vaikkapa kotikunnan keskiluokkaan kuuluvaksi kansalaiseksi. Kulttuurinen muutos yhteiskunnassa näkyy muun muassa siinä, että enää ei voi vetää selvää rajaa klassisen musiikin ja populaarimusiikin tai ylipäätään korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin välille (Chaney 2002, 165; Liikkanen 2009, 181).

Elämäntyyli on siis myös linkki identiteetin ja sosiaalisen yhteisön välillä (Jallinoja 2004, 125). Tietyn elämäntyylin omaksuminen ohjaa päätöksentekoa valinnan viidakossa kuin hakumoottori internetin valtavassa tietouniversumissa. Elämäntyylin toteuttamiseen liittyy tavaramaailma ja kulutus. Väitetään, että kulutus on korvannut uskonnon, työn ja politiikan keinona tuoda esille sosiaaliset eroavaisuudet (Gabriel & Lang 1995, 8).

Koska myös sosiaalisesta asemasta kumpuavan elämäntavan vaikutus on vähentynyt, jää yksilöille enemmän vapautta toteuttaa identiteettiään löystyneempien sosiaalisten puitteiden rajoissa (Chaney 2002, 163). Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että elämäntyyli olisi täysin irrallinen sosiaalisen yhteisön vaikutuksesta. Vaihtoehtoja vain on enemmän ja ne ovat vapaammin valittavissa sopivan elämäntyylin harjoittamiseen. Elämäntyylin valinta vaatii yksilöltä itseltään kognitiivista ajattelua, vaihtoehtojen punnintaa ja muun muassa riskien tiedostamista (Giddens 1991, 175). Identiteetti ei siten ole yhteiskuntarakenteen määräämä, vaan yksilön oman identiteettityön ja elämäntyylin valinnan tulosta. Tästä on se etu, että ihmisille tarjoutuu elämänsä aikana mahdollisuuksia tehdä uusia suunnan muutoksia. Samassakin elämänvaiheessa monipaikka-asuminen mahdollistaa erilaisen elämisen kotien ja kotipaikkojen kesken. Lapissa ja Etelä-Suomessa olevissa kodeissa aktiviteetit ja elämän rytmi ovat erilaisia (Tuulentie 2007, 298). Giddens (2013, 156) puhuu elämän uusista mahdollisuuksista ja elämänpolitiikasta. Hänen mielestään julkisen vallan tulisi suorastaan tukea kansalaisten elämän uusia alkuja ja luoda sopivat keinot itsensä uudistamiseen (Hannula 1997). Työpaikan menettäminen, perheen perustaminen, paikkakunnalta poismuuttaminen, leskeksi

jääminen tai eläkeläiseksi siirtyminen ovat pisteitä ihmisen elämässä, jolloin elämäntyylin voi vaihtaa perusteellisestikin.

Usea identiteetti voi olla hyödyllistäkin. Knijnik (2014, 38) kertoo autoetnografisessa tutkimuksessaan siitä, kuinka hän brasilialaisena kotiutui Australian Sydneyyn vasta, kun löysi itsensä paikallisten jalkapallofanien joukosta. Akateeminen identiteetti väistyi innokkaan penkkiurheilijan identiteetille. Knijnik tunsikin olevansa kotonaan, kun hän pääsi huutamaan, hyppimään ja kannustamaan ihailemansa jalkapallojoukkueen pelaajia muiden samanhenkisten kanssa.

Koska yksittäinen ihminen ei enää ole vain yhden yhteisön ja sen arvojen vaikutuspiirissä vaan useiden yhteisöjen ja vuorovaikutusverkostojen jäsen, hän joutuu itse arvioimaan ja tekemään valintoja useiden vaihtoehtojen välillä. Arkielämä on monimutkaistunut. Tähän Chaney (1996, 4–6) toteaa, että modernille ihmiselle elämäntyyli on keinoja integroitua jokapäiväiseen elämään. Elämäntyyli on selviytymiskeinoja, joihin ihmiset takertuvat pysyäkseen mukana modernin yhteiskunnan toiminnassa. Toisin sanoen elämäntyyli on osa jokapäiväistä sosiaalista elämää modernissa maailmassa, arvoasemien rakentamisessa ja esiintuomisessa. Elämäntyyli auttavat tuomaan selkeyttä siihen, mitä ihmiset tekevät, miksi he toimivat kuten toimivat ja mitä heidän toimintansa tarkoittaa heille ja muille ihmisille. Niiden avulla tehdään eroja ihmisten välillä ja samalla näytetään yhteenkuuluvuutta johonkin ryhmään. Kuitenkin modernissa yhteiskunnassa yksilön halu kuulua johonkin ryhmään saattaa olla hyvinkin lyhytaikainen, etäinen tai marginaalinen.

Ihmisten taustalla on kuitenkin aina jokin pysyvämpi tapa elää, joka perustuu ammattiin, sukupuoleen, paikallisuuteen, etnisyyteen ja ikään. Nämä taustatekijät eivät katoa, vaikka omaksutaan elämäntyylien kautta toteutuneita uusia identiteetin muotoja. (Chaney 1996, 93). Niinpä eri elämänalueilla – työelämä, kulttuuri, perhe-elämä, järjestöt, urheilu – voi vallita myös samankaltaisuuksia. Nämä samankaltaisuudet vetävät puoleensa työkavereita, ystäviä ja muita samankaltaisia ihmisiä, jotka muodostavat ryhmiä ja luokkakulttuureja tai makuyhteisöjä (Sulkunen 2006, 143). Ne tuottavat ihmisten elämään johdonmukaisuutta, niin että liikkuminen eri elämämpiiristä toiseen ei edellytä koko oman merkitysjärjestelmän vaihtamista.

Elämäntyyli on kehittyneet kulutuskulttuurin ansiosta ja kehittyvät edelleen sen sisällä (Chaney 1996, 21). Elämäntyylien vaihtelu käytännössä on hyvin suurta. Markkinoijat pyrkivät löytämään selkeitä elämäntyyli-ryhmiä, joihin kohdistaa ponnistelunsa. Tällaisia markkinatutkimuksen kautta löydettyjä elämäntyylin valintaan vaikuttavia trendejä ovat esimerkiksi kokonaisvaltainen

hyvinvointi, autenttisuus, digitaaliset alustat globaalin kanssakäymisen välineinä, vastuullisuus, vuorovaikutus ja yhteisöllisyys kasvokkain ja verkossa, omien rajojen rikkominen ja aktiiviset seniorit (Rural Finland 2018; Welum 2018). Vastuullisuus ja autenttisuus saattavat ilmetä ruokaan liittyvänä elämäntyylinä, *clean eating*: ”korostetaan ravinnon puhtautta moraalisessa, fyysisessä ja terveydellisessä mielessä. Vältetään ravintoa, jossa on saastejämiä, hormonilisiä tai huonoja entsyymejä. Myös ilmaston puhtautta ajatellaan (Nykänen 2018).” Tässä lienee kysymyksessä ihmisen elämäntyylin yksi osa-alue. Giddensin (1991, 83) mukaan elämäntyyli-sektorit ovat yksilön elämäntyylin kokonaiskirjon viipaleita, joista voidaan löytää yhdenmukainen joukko käytäntöjä.

Miller (1998, 114) väittää, että todellisuudessa ihmiset eivät voi vapaasti valita elämäntyyliään yksinkertaisesti kulutustottumuksiaan muuttamalla, sillä ihmisen taustalla vaikuttavat suhteellisen pysyvät arvot. Myös Heinonen (1998, 387) kirjoittaa, että tottumukset ja tavat ovat keskeisiä elementtejä arkielämässä, sillä ne pitävät yllä ennustettavuutta ja jatkuvuutta sekä auttavat yksilöä jäsentämään joskus kaoottiseltakin tuntuva todellisuus. Ne siis luovat turvallisuuden tunnetta. Edelleen Korkman ja Pantzar (2007, 33) väittävät markkinoijan näkökulmasta, että yleinen käsitys markkinoiden pirstaloitumisesta kuluttajien tavoitellessa yksilöllisempiä ratkaisuja voikin olla näköharha. Tehdessään tiettyjä asioita kuten siivotessaan, puhuessaan, unelmoidessaan, juostessaan tai kävellessään ihmiset ovat yllättävän samankaltaisia. Kuitenkin tavanomaistenkin käytännön toteutustavat ovat hyvin moninaiset ja siten yksilöllisyydelle on tilaa. Yksilöllisen elämäntyylin ei tarvitse olla erityistä tai silmiinpistävää (Gronow & Warde 2001, 231). Käytännön arkiset ostotapahtumat ovat Millerin (1997, 44) mielestä pelkkää rutiinia, josta on vaikea löytää hedonistisia piirteitä tai puhua materialistisesta kuluttajasta. Tällaisista rutiineista hän mainitsee viikoittaiset ruokaostokset, monet vaatteet ostetaan entisten kuluneiden tilalle tai työn tarpeisiin; kotitalouden hankinnat painottuvat perustoimintoihin kuten pyykinpesukoneisiin tai sohvaan. Todellisuudessa ostaminen koetaan moraalisenä tehtävänä, vastuun kantamisena erityisesti oman perheen jäsenistä.

Käytän tässä tutkimuksessa elämäntyyli-käsitettä (*lifestyle*) sellaisessa merkityksessä, että elämäntyylin avulla kuluttaja toteuttaa identiteettiään (Giddens 1991, 81). Se toimii elämän toimintojen, käytäntöjen ja muiden yksilöllisten valintojen ohjaavana periaatteena. Tutkimuksen haastateltavien sijoittumista suomalaiseen sosiaalisten kerrostumien elämäntyylikenttään (Purhonen, Gronow et al. 2014, 396) ei tässä tutkimuksessa ole tarkoitus selvittää.

#### 4.3. KULUTTAJAN SUHDE TAVARAAN

Käytän käsitettä materia yläkäsitteenä erilaisista tavaroista, esineistä ja myös vähemmän konkreettisista asioista, jotka voivat olla osana kodin tuntua, esimerkiksi tuoksu, maisema tai valo.

Joissakin kohdin on selkeämpää puhua aineellisista ja aineettomista asioista. Käyttämäni materia-käsitteen sisältö on lähinnä Millerin (2010, 11) käsitettä *stuff*. Esineet ja tavarat ovat enemmän tai vähemmän valmistettuja ja muotoiltuja konkreettisia asioita (Trentmann 2009c, 289). Ne voivat koostua raaka-aineista tai valmistusaineista, joita pidän käsitteellisesti myös materiana. Myös filosofi Schatzkin (2010, 133) mukaan aineellisenä voidaan pitää asiaa, joka on fyysinen, biologinen tai luontoympäristön aikaansaama. Tässä tutkimusraportissa käytän pienemmistä aineellisista asioista myös nimitystä esine esimerkiksi koriste-esine ja suuremmista nimitystä tavara. Esimerkiksi huonekalut ovat pikemmin tavaroita kuin esineitä.

Kuluttajan ja aineellisen maailman välisen suhteen tarkastelusta kiinnostuttiin vasta, kun massatuotannon kehittyminen toi valtavat muutokset kulutuskulttuuriin. On esitetty, että moderni kulutusyhteiskunta syntyi (Britanniasta alkaneen) teollisen vallankumouksen ja sitä seuranneen työnjaon ja tuotannon tehostumisen sekä tukku- ja vähittäiskaupan kehittymisen seurauksena (esim. Heinonen 2004, 169). Tuotantokustannusten alentuessa tuotteiden hinnat laskivat ja siten yhä moninaisemmat tuotteet tulivat yhä useampien ihmisten saataville: valmisvaatteet, WC ja juokseva vesi, auto, henkilökohtainen puhelin ja tietokone (mt., 172).

Osa ihmiselämälle tärkeästä tavarasta on huomaamatonta (Trentmann 2009c, 289). Moni infrastruktuurin materia on tällaista, sitä tarvitaan lämmön tuottamiseen, informaation välittämiseen, jäteveden kuljettamiseen ja niin edelleen. Niihin ei kiinnitetä huomiota muulloin kuin silloin, kun ne menevät epäkuntoon tai niiden jakelussa ilmenee häiriöitä.

Vaikka tavarat ovat ei-inhimillisiä toimijoita, niillä on kyky ohjata kuluttajien elämää (Ilmonen 2007, 289). Esimerkiksi matkapuhelimet ovat paljon muutakin kuin puhelimia. Niiden avulla ylläpidetään ihmissuhteita tai vain kevyesti jutellaan satunnaisten ihmisten kanssa ympäri maailmaa, etsitään tietoa ja viihdettä. Verkkosivuilla käydään keskusteluita, pitääkö puhelimet ottaa pois oppitunneilla (Kaksplus.fi 2013) ja sulkea ne yöksi (Demi.fi 2017), sillä puhelinten epäillään vievän huomion opetuksen seuraamisesta ja häiritsevän riittävien yöunien saamista. Jatkuva kanssakäyminen tavarankanssa tuottaa taitoja, mikä sinällään voi vahvistaa kuluttajan ja tavarankanssuhdetta. Esimerkiksi puuveneiden ylläpitäminen vaatii erityistaitoja. Mitä pidemmän ajan kuluessa niitä huolletaan ja kunnostetaan, sitä läheisempi suhde veneen ja sen omistajan välille muodostuu. Jalaksen (2009, 213) mukaan vene vaatii ajankäyttöä itseensä ja ohjaa tiettyjen erityistaitojen hankintaan.

Tavarat auttavat ihmisiä määrittämään omaa identiteettiään sekä itselleen että suhteessa muihin ihmisiin. Tämä määrittelyprosessi on jatkuvaa, sillä koko ajan tulee uutta materiaa, uusia omia ja

muiden tulkintoja ja uusia tulkitsijoita (Ahuvia 2005, 179–181). Identiteetti sijoitetaan suhteessa johonkin tai joihinkin ihmisryhmiin, kuten omaan harrastuspiiriin, perheeseen tai kansallisuuteen. Tänä päivänä eteen tulee usein tilanteita, jolloin ihmiset kokevat jännitteitä oman identiteetin ja ryhmän välillä (vertaa Elämäntyöli sivu 63). Jotkut materiat ovat henkilökohtaisesti niin merkityksellisiä, että niitä voidaan pitää minän jatkeena (Belk 1995; Belk 1988, 66). Liikkuvaa elämäntapaa harjoittaville ihmisille älypuhelimista ja digitaalisista laitteista on tullut tällaisia välttämättömyyksiä (Featherstone 2014, 25). Kokoelmat voivat tarjota kuolemattomuuden tunteen, jos ne jäävät elämään keräilijän itsensä jälkeen ja erityisesti jos ne kantavat keräilijänsä nimeä. Tavaroiden avulla tuodaan julki omia taitoja ja saavutuksia. Raanu tai hirven sarvet seinällä eivät ole siellä sattumalta. Omaan identiteettiin liittyviä tavaroita ostetaan tai muutoin hankitaan myös käytettyinä. Oman jääkiekkoidolin pelipaita on mieluisampi, jos se on ollut idolin päällä eikä vain fanimyyrmälästä ostettu steriili pelipaita. Siinä on jäänteitä tästä henkilöstä, idolista, mahdollisesti jopa hajuja (Gregson & Crewe 2003, 144). Kuitenkin suurin osa ihmisten ympärillä olevista tavaroista on merkityksellistä muulla perusteella. Esimerkiksi kodin designesineistä vain pieni osa liittyy identiteettiin (Paavilainen 2013, 159).

Tavarat ja ylipäättään aineellisuus kuten auringossa kiiltävä hankikanto maaliskuussa muistuttavat merkityksellisistä ihmisistä, paikoista, tapahtumista tai tietystä aikakaudesta. Tavaroiden avulla kuluttajat, ihmiset siis ylläpitävät oman elämänsä kulkua ajassa (Bardhi, Eckhardt et al. 2012, 511). Siten esimerkiksi äidin korut, perheen valokuvat sekä edelliseen kotiin ostettu vitriini ja cd-levyt tuovat näkyville menneen ajan tapahtumat, oman musiikkimaun, ihmissuhteet sekä tapahtumapaikat. Uuden kodin useat makuuhuoneet saattavat olla osoitus haaveesta hankkia lapsia perheeseen. Oman elämän kulkua voi ylläpitää niinkin yksinkertaisella tavalla kuin jatkaa tiettyä miellyttäväksi koettua käytäntöä, johon esine liittyy. Lehden lukuhetki termospulloon valmistetun vahvan kahvin seurassa on esimerkki tällaisesta yksinkertaisesta elämän nautinnosta (Ryynänen & Heinonen 2017, 6). Palvelutalon asukkaiden omat aiemmasta kodista tuodut huonekalut auttavat kotiutumaan uuteen, vieraaseen paikkaan tuomalla tuttuuden tunnetta ja herättämällä muistoja (van Hoof, Verhagen et al. 2015, 7). Siten tutuilla tavaroilla on mahdollista luoda siltaa aiempaan elämänvaiheeseen.

Monet kodin tavarat vaikuttavat viihtymiseen kotona. Csikszentmihályin ja Rochberg-Haltonin (1981, 84) tutkimuksen vastaajat useimmin ajattelivat omaa viihtymistään, kun heiltä kysyttiin materian merkityksestä. Erityisesti televisio oli tällainen viihteen väline tässä ja nyt. Kuitenkin vastaajista suurin osa mainitsi kotoaan vähintään yhden tavarat, joka muistutti heitä läheisistä ihmissuhteista ja myös edesmenneistä läheisistä. Iän myötä tavarat muistuttavat läheisistä ihmisistä yhä enemmän (mt., 98). Tavarat ovat oivia muistojen säilytyspaikkoja. Lapsilla tärkeät tavarat ovat

sellaisia, jotka houkuttelevat liikkumaan tai tekemään jotain tavarankanssa. Urheiluvälineet ja musiikkivälineet ovat esimerkkejä tällaisista toimintatavaroista. Vanhempien suosikkitarat sen sijaan houkuttelivat olemaan mieluummin paikallaan – istuskelemaan, katselemaan ja kuuntelemaan.

Kotona olevan kuvataiteen merkitys kodin asukkaille oli mielestäni mielenkiintoinen Csikszentmihályin ja Rochberg-Haltonin (1981, 63) tutkimustulos. Kuvataiteeksi informantit luokittelivat niin aidon Picasson maalauksen, halvan printin kuuluisasta maalauksesta kuin lasten piirustuksetkin. Voisi olettaa, että Picasson maalauksen arvo perustuu sen kykyyn tuottaa visuaalista mielihyvää ja taiteilijan taitojen ihailua. Kuitenkin kaiken kuvataiteen merkitys näiden informanttien kotona linkittyi useimmiten ihmissuhteisiin. Toki visuaalista sisustuksellista arvoa niillä myös oli.

Jopa tuotteiden pakkaukset voivat olla muistoesineitä, jotka ylläpitävät nostalgisia muistoja. Niistä tulee mieleen esimerkiksi lapsuuden aika, isovanhemmat, isovanhempien koti, perheen yhteiset Ruotsin-risteilyt, tavanomaiset ajanviettotavat tai oman harrastuksen alkulähde (Ryynänen, Joutsela et al. 2016, 11–14). Silloin niiden merkityksen perusta ovat paitsi ihmissuhteet ja merkitykselliset tapahtumat myös paikat ja käytännöt. Niinpä makeisrasiaa katsomalla voi päästä aikamatkalle. Lisäksi kauniita rasioita säilytetään myös niiden esteettisyyden takia ja niille voidaan keksiä uusi käyttötarkoituskin.

Lahjojen antaminen on osa suhdeverkostojen rakentamista ja ylläpitämistä, ne viestittävät asioita sekä antajasta että vastaanottajasta. Tavarat toimivat siten ihmissuhteiden välikappaleina (Belk 1995, 67). Surutyössäkin materiaalilla saattaa olla merkittävä rooli. Eräs pariskunta osti joululahjoja kuolleena syntyneelle vauvalleen (Miller 2010, 136). Nämä joululahjat ja nimenomaan materian muodossa todistivat heille itselleen ja muille ihmisille, että he olivat menettäneet oikean läheisen ihmisen. Ihmissuhteen merkitys lahjassa on myös taakka. Jos lahjasta ei pidä, siitä on vaikea luopua. Se mieluumminkin varastoidaan ”museoesineenä” (Paavilainen 2013, 258).

Lahjan antajalla saattaa olla myös itsekkäitä tarkoituksia lahjaa antaessaan (Belk 1995, 64). Hän tavoittelee kontrollia tai jotain muuta itsestä päämäärää: omaa etua. Epäitsekäs, pyyteetön lahjan antaja sen sijaan ajattelee ensisijaisesti lahjan saajaa eikä itseään. Sympatian, rakkauden osoituksen lisäksi saatetaan ajatella, että lahjan saaja tarvitsee lahjan kaltaista tukea (Ilmonen 2007, 322). Usein vanhemmat, isovanhemmat ja läheiset sukulaiset auttavat monin tavoin kotoa pois muuttavaa nuorta.

Monenlaista materiaa voidaan tarjota lahjana. Usein kuitenkin tarvitaan jonkinlaisia rituaaleja tavarank tekemiseksi erityiseksi. Hintalapun poistaminen ja paketointi ovat tyypillisiä lahjaksi tekemisen rituaaleja (Ilmonen 2007, 356). Ruoan valmistaminen ateriaksi voi toimia myös lahjarituaalina, sillä

ruoka yhdistää ihmisiä (Belk 1988, 151). Yhteisistä ruoka- ja kahvihetkistä ei jää jäljelle muistoesineitä vaan yhteisiä muistoja ja yhteenkuuluvuuden tunnetta. Kuitenkin kiinteästi henkilön identiteettiin liittyviä tavaroita ei yleensä anneta eikä odoteta annettavan lahjaksi. Keräilyesineet, perintökalleudet tai muuten rakkaaksi muodostuneet esineet voivat olla tällaisia.

Käytetyn tavarank hankkiminen lahjaksi toiselle henkilölle on usein spontaani, pyyteetön ja tunteen pohjalta tehty toimi (Gregson & Crewe 2003, 177). Lahja on löytö. Löydön havaitsemiseen tarvitaan taitoa. Kun sellainen tulee käytetyn tavarank kauppapaikassa vastaan, hinnalla ei ole merkitystä. Lahjan saajalta ei odoteta vastalahjaa, koska lahjan antaja on jo saanut palkinnoksi löytämisen ilon. Lahjan saaja on antajalleen läheinen ja rakas. Tällainen lahjananto on itse asiassa rakkauden osoitus materian muodossa.

Eräs hämmentävä lahjanvaihto tapahtui Yhdysvaltojen uusimman presidentin virkaanastujaisissa tammikuussa 2017. Valkoisen talon etuportilla rouva Melanie Trump antoi rouva Michelle Obamalle lahjapaketin. Ele poikkesi tarkasta vallanvaihtoprotokollasta, eikä Michelle Obama tiennyt, miten hänen tulisi toimia ja mitä hänen pitäisi tehdä paketille. Oliko kyseessä läksiäislahja Valkoisesta talosta lähtevälle emännälle talon uudelta emännältä? Rakkauden osoituksesta tuskin oli kyse vaan vallanvaihdosta ja sen myötä uusien tapojen astumisesta instituution sisään.

Materiaa voidaan käyttää paitsi ihmissuhteiden vahvistamisen ja ylläpitämisen välikappaleina myös päinvastaisessa tarkoituksessa. Muihin ihmisiin nähden korkeamman arvoaseman tavoittelu tavaroita ja muuta aineellista materiaa julkituomalla saattaa aiheuttaa kanssaihmisissä kateutta ja jopa vihamielisyyttä (Belk 1995, 67). Kuitenkin arvoaseman tavoittelija haluaa vaikuttaa siihen tulkintaan, miten kanssaihmiset lukevat materian merkityksen. Tavoitteena saattaa olla pikemminkin kunnioituksen herättäminen kuin vihamielisyys. Niinpä statusta symboloiva materia on valittava huolella. On eri asia tavoitella arvoasemaa poliittisissa piireissä kuin julkituoda varallisuusasemaa tai ilmaista ylivoimaista kyvykkyyttä (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 29). Rahavarat eivät sinällään ole näkyviä, vaan rahalla pitää ostaa jotain näkyvää, jotta varallisuus tulisi esille. Statussymboleina on käytetty kalliita ja harvinaisia automerkkejä. Niiden tulee näyttää kalliilta ja niiden moottorin äänenkin tulee kuulostaa kalliilta (Riikonen 2018).

Tavarank kuluttajassa herättämä merkitys voi poiketa tavanomaisesta, välittömästi aistein havaittavasta merkityksestä. Ihmiset kykenevät myös johtamaan merkityksiä tavarank ”sisäisistä ominaisuuksista” (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 44). Ruokaveitsellä voi paloittaa ruokaa, ja sitä voi käyttää ruuvink vääntämiseen. Csikszentmihalyi ja Rochenberg-Halton kirjoittavat



havaittavista (*perception*) ja ihmisen tulkintakykyä vaativista tunnistettavista (*recognize*) merkityksistä. Tästäkö lieene kyse, kun infrastruktuurin rakentamisessa käytetyistä kaapelikeloista on kunnostettu ihmisten olohuoneeseen pöytiä. Joka tapauksessa mahdolliset merkitykset ovat kulttuurin sanelemia, ne ”ovat valmiina olemassa” (mt., 50). Niinpä vaihtoehtoja olohuonepöydäksi ei kukaan voinut kuvitella ennen kuin olohuone tuli osaksi kuluttajien koteja.

Esineisiin liittyvien merkitysten subjektiivisuus tuli selvästi esiin Paavilaisen (2013, 70–71) tutkimuksessa. Kun hän valmisteli kenttätöitä designtuotteiden omaksumista käsittelevään tutkimukseensa, hän luokitteli etukäteen designesineiden ominaisuudet kolmeen luokkaan:

- 1) toiminnalliset ominaisuudet (esimerkiksi helppokäyttöisyys)
- 2) esteettiset ominaisuudet (ulkonäkö, tyyli, muoto, aistittavuus),
- 3) institutionaaliset ominaisuudet (tuotemerkki ja suunnittelijan nimi).

Paavilainen antoi kuitenkin haastatteluun osallistuvan henkilön itse kertoa esineistään eikä siis kertonut näitä määritelmiään haastateltaville. Aineistoa analysoidessaan hän joutui tekemään neljännen ominaisuusluokan: suunnittelemattomat (*cannot-be-designed*) ominaisuudet. Nämä olivat haastateltavien itsensä määrittelemiä ja designesineisiin liittämiä merkityksiä. Nämä merkitykset kumpusivat haastateltavien asumisen historiasta, henkilökohtaisista mielenkiinnoista ja ihmissuhteiden verkostosta. Designtuotteiden arvioitu jälleenmyyntiarvo käytetyn tavaran markkinoilla oli myös merkittävää joillekin haastateltavista (vertaa käytetyn tavaran jäännösarvo Gregson & Crewe 2003, 129). Paavilainen teki haastattelut henkilöiden kotona. Hän myös valokuvasi designesineiksi kerrotut tavarat. Valokuvien perusteella hän luokitteli nämä tavarat huonekaluihin, valaisimiin, koriste-esineisiin, käyttötavaroihin, astioihin ja niin edelleen. Mutta kun hän teki samoista tavaroista luokitukset haastateltavien puheiden perusteella, tulikin varsin erilaisia luokkia:

- testiesine,
- esine, joka tarvitsee erikoiskohtelua,
- ihana esine,
- virhe,
- ylimääräinen esine,
- esine, joka odottaa paikkaansa,
- puuttuva esine,
- tulevaisuuden esine,

- esine, josta pääsee helposti eroon,
- jokapäiväinen käyttöesine,
- tavanomainen esine,
- sesonkiesine,
- hyödyllinen esine.

Ja nämä kaikki olivat siis designesineitä, muotoiltuja käyttöesineitä. Tuotemerkki, tyyli ja design ovat lähtökohtaisesti institutionaalisia ominaisuuksia, sillä tuotteiden (tai palveluiden) muotoilija, valmistaja tai markkinoija ovat erityisesti suunnitelleet nämä ominaisuudet. Ne siis ovat kuluttajien näkökulmasta ulkopuolisten määrittelemiä ominaisuuksia.

Richinsin (1994, 511) tekemän kyselytutkimuksen mukaan vastaajien omistamiinsa tavaroihin liittämistä merkityksistä noin 20 prosenttia liittyi hyödyllisyyteen (*utilitarian*), 22 prosenttia mielihyvään (*enjoyment*), 16 prosenttia ihmissuhteisiin ja viisi prosenttia omaan identiteettiin. Varhaisemman Csikszentmihalyin ja Rochberg-Haltonin (1981, 62) tutkimuksen vastaajien huonekaluihin liittämistä merkityksistä hyödyllisyyden osuus oli merkittävästi pienempi: viisi prosenttia. Hyödyllisyyttä merkityksellisempiä olivat huonekalujen herättämät muistot (15 %), tyyliseikat (12 %) ja kokemukset (11 %). Huonekalut siten kätkevät sisäänsä muistoja ja tapahtumia, jotka itse on kokenut tai ne on koettu yhdessä läheisten kanssa.

#### 4.4.KODIN KÄYTÄNTÖJEN JOHTOAJATUKSET

Kodin tilan, tavaroiden ja käytäntöjen yhteen kietoutuminen tuli esille merkitysten välittymistä käsitelleessä kappaleessa (ks. sivu 32). En käy selvittämään yksityiskohtaisesti ja laajasti erilaisia käytäntöjä kotona tai kotiin liittyen. Pidän sen sijaan tarpeellisena tuoda esiin käytäntöihin vaikuttavia johtoajatuksia, käytäntöjä ohjaavia toimintaperiaatteita. Tämän otsikon alla esittelemissäni tutkimuksissa johtoajatuksista käytetään eri ilmaisuja. Kuitenkin ne mielestäni käsittelevät käytäntöjä ohjaavia periaatteita.

Paavilaisen (2013, 13) käytti tulkintakehikkoja, metaforaa, kodin käytännöistä. Hän tarkasteli designtuotteiden kotiutumista osaksi kotien käytäntöjä. Hänen tutkimuksen mukaan designtuotteiden merkitys riippuu asumisen tavasta ja siitä, miten hyvin esineet istuvat haluttuihin käytäntöihin. Ne edesauttavat kodin käytäntöjen toimivuudessa, niitä vain varastoidaan tai ne tuovat mukavuutta, iloa ja virkistystä (mt., 225).

Metaforia museo ja galleria on käyttänyt Paavilaisen (2013) lisäksi Leach (2002) kuvaamaan kuluttajien ja heidän kotonaan olevien sisustusesineiden merkitystä kodin käytännöissä. Viimeksi

mainittu tutki taide-esineiden ja brittiläisten kuluttajien suhdetta ja ensimmäinen muotoiltujen käyttöesineiden kotiutumista suomalaisten kuluttajien asumisen käytäntöihin. Museon kaltainen suhtautuminen esineisiin brittiläisessä aineistossa johtui Leachin (2002, 164) mukaan siitä, että taide-esineitä hankkineet henkilöt halusivat vaalia kotiensa arkkitehtonista tyyliä muun muassa hyvän jälleenmyyntiarvon säilyttämiseksi, ja niinpä taide-esineidenkin tuli sopia yhteen kodin tyylin kanssa. Valtaosa Britannian asutokannasta on vanhaa ja se edustaa Victorian, Edwardin tai Yrjön (*Georg*) aikaista arkkitehtuuria. Ainoastaan kymmenesosa on modernimpaa asutokantaa. Galleria-kodissa taide-esineitä arvostetaan sekä sinällään että osana kodin koko sisustusta. Niiden avulla halutaan myös tuoda esiin ”galleristin” oma makua ja tyyliä. Joillekin ”galleristeille” kodin esineet vaikuttavat olevan tärkeämpiä kuin lapset tai muut ihmissuhteen (mt., 166).

Paavilainen (2013, 13) käytti metaforia museo ja galleria sekä lisäksi metaforaa hotelli kuvaamaan erilaisia esine-kuluttaja-käytösuhteita. Silloin kun korostetaan kodin toiminnallisuutta, käytännöt voidaan käsittää ”hotellina”: molemmissa valmistetaan ruokaa, syödään, nukutaan, huolehditaan henkilökohtaisesta hygieniasta, seurustellaan, järjestetään juhlia (mt., 193). Hotellin aineelliseen ympäristöön ei kiinnitetä huomiota, ellei joku tavara mene rikki. Materian merkitys on hotellin toiminnan mahdollistaminen sujuvasti. Mikäli tavaroita ja esineitä lähinnä hoidetaan ja huolletaan, pidetään esillä ja säilytetään ihmissuhteiden takia, Paavilainen (2013, 203) puhuu museon esineistä. Näiden esineiden avulla paitsi ylläpidetään ihmissuhteita, myös odotetaan olevan arvoa tulevaisuudessa. Niitä säilytetään kaapeissa, kellareissa ja kesämökeillä, vaikka museon hoitaja ei niistä itse pitäisikään. Osa museon esineistä on saatu lahjoina, joilla ei ole käyttö- eikä mielihyväarvoa.

Koti galleriana taas vaatii käytäntöjä, joilla luodaan esteettistä ja älyllistä mielihyvää kotona asuvalle henkilölle (Paavilainen 2013, 209). Gallerian ylläpitäminen vaatii aikaa ja vaivaa etsiä tietoa, käydä kauppapaikoissa ja valita galleriaan sopivia esineitä ja taitoa laittaa ne miellyttävästi esille. Käytännössä kodeissa hotelli, museo ja galleria toimivat rinnakkain ja päällekkäin (mt., 240). Haluttua ideaalikotia ei useinkaan synny monestakaan syystä: elämäntilanteesta johtuva lasten tarpeista huolehtiminen on päälimmäisenä, kotona on kotieläimiä, pyykki- ja tavarakasoja pääsee syntyään, talossa on remontti meneillään tai oma laiskuus ja väsymys estävät tekemisen.

Fuentesin (2011, 240) tutkimusraporttia lukiessa saa vaikutelman, että hänen haastateltavansa käyttivät yhtä sisustamisen johtoaajatusta kalusteiden ja muiden materian sijoittelussa. Joillakin oli johtoaajatuksena kotitoiminnot kuten television katselu, musiikin kuuntelu, työskentely kotona ja ruokailutavat. Asunto saattoi olla vain levähdyspaikka kodin ulkopuoliselle elämälle. Lisäksi

kalustamisessa pyrittiin ottamaan huomioon ystävien ja sukulaisten vierailut ja yökyläilyt. Jotkut korostivat esteettisyyttä, tyyliä ja materian yhteensopivuutta. Osalle sekä toimintojen sujuvuus että esteettisyys olivat yhtä lailla tärkeitä. Huolto, ylläpito ja varastointi olivat tuossa tutkimuksessa luokiteltu osaksi asunnon ja kodin materian hallintaa, kuten usein on tapanakin.

Kun vertaa tilaan ja paikkaan kiinnittymisen tutkimuksia kodin sisustamisen tutkimuksiin, löytyy yhteisiä elementtejä. Gram-Hanssenin ja Bech-Danielsenin (2004) tutkimus toi esille useampia sisustamisen käsikirjoituksia: identiteetin rakentaminen ja sen esilletuominen, identiteetillä leikkiminen, statuksen esiintuominen, perheen ihmissuhteista huolehtiminen, siisteydestä ja puhtaudesta huolehtiminen, rento ja mukava oleilu, ihmissuhteet naapuruston kanssa, kodin luontoympäristöstä nauttiminen ja kotitalon tyylin ylläpito. Sisustamisen avulla voidaan siten itsekeskeisesti tavoitella omaa psyko-fysiologista nautintoa, osoittaa omaa asemaa yhteisössä, vaalia ympäristöä tai vain majoittua. Tutkimuksen informanttien välillä oli selviä eroja tavoissa sisustaa kotia. Niinpä eräskin perheenäiti sanoi, että hän vähät välittää kodin tyylistä tai puhtaudesta. Tärkeintä on hänen mielestään, että kotona voi oleskella rennosti. Jotkut informanteista sanoivat pystyvänsä luopumaan kaikesta materiasta ympärillään lukuun ottamatta lasten tekemiä esineitä ja asioita sekä valokuvia. Eli heille perhe oli tärkein, mistä muistuttamassa pidettiin esillä pieniä esineitä.

Woodwardin (2003) haastattelututkimus toi esiin kahdenlaisia sisustamisen motiiveja, jotka ilmenivät hyvin erilaisina sisustamisen tapoina. Toisille oman yksilöllisen esteettisen tyylin esille tuominen oli keskeistä. Heille estetiikka, design, tyyli ja luksus olivat hyvin merkityksellisiä mutta eivät ihmiset, jotka kodissa asuivat. Tällöin voitaisiin puhua kodista galleriana, jossa (taide- ja design-) esineitä vaalitaan niiden itsensä vuoksi (Leach 2002). He sekä sisustivat kotinsa kauniilla esineillä että myös nauttivat uuden haaveilemisesta ja suunnittelemisesta (Woodward 2003, 398–399). Toisenlainen sisustamisen tapa korosti käytännöllisyyttä, järjestystä ja puhtautta. Tämänlaisesta sisustamisesta pitävien ihmisten koti saattoi näyttää tyylien sekamelskalta, mutta koti oli asukkaiden mielestä mukava ja rento. Kalusteita oli valittu sen mukaan, että niissä oli mukava istua ja niitä oli helppo hoitaa ja puhdistaa.

Koska tutkimusjoukkona oli suhteellisen homogeeninen ihmisryhmä hyvätuloisia keskiluokkaisia australialaisia, Woodward pitää tällaisen sisustamisen tavan löytymistä aineistosta yllättävänä. Aiemmin välttämättömyyden ja käytännöllisyyden maku on liitetty alempien yhteiskuntaluokkien makuun ja hedonistisuus korkeampien yhteiskuntaluokkien makuun (Bourdieu 1979/1994; Purhonen, Rahkonen et al. 2006). Woodward (2003, 407) tulkitsee oman tutkimuksensa tuloksia niin,

että on olemassa moraalinen väliin tuleva tekijä, joka rajoittaa materialististen arvojen esille tulemistä. Tämä moraali liittyy Millerin (2002) mielestä rakkauden tekemiseen. Se tarkoittaa myös velvoittavaa rakkautta, vastuuntunnetta läheisiä kohtaan. Ja edelleen rakkaus ilmentää yhteisön normeja, joita läpikäydään vaikkapa keittiön pöydän ääressä, kuten norjalaisessa tutkimuksessa ilmeni. Siellä keskusteltiin siitä, mikä on sopiva tapa toimia ja ajatella. Keskusteluissa ihmiset pohtivat moraalikäsityksiään ja sosiaalisia normeja (Gullestad 1984; Miller 2002; Miller 2008). Myös Southerton (2001) havaitsi, että keittiön sisustamisratkaisuissa huomioitiin perheen ja puolison kanssa yhdessäolo. Lisäksi paikallisen asuinympäristön muiden ihmisten sisustamisen tyyli vaikutti sisustusratkaisuihin. Ihmisten tavat toimia omassa kodissaan eivät siis ole pelkästään heidän omiaan vaan ne heijastavat kodin ympäristön vallitsevia normeja.

Kodin käytäntöjen historiassa hyvin pitkään peseytyminen oli yhteinen riitti. Tiettyinä päivinä oli yhteinen kylpypäivä, ja usein muun muassa juhlat alkoivat peseytymisellä. Yhä monien suomalaisten joulun traditioihin kuuluu joulusaunassa käynti. Kun peseytyminen yleistyi, kylpyamme tuotiin kylpijän luokse, sillä erillistä kylpyhuonetta ei kodeissa ollut pitkään aikaan. Samoin wc tuotiin ihmisen luokse: pottia oli runsaasti. (Rybczynski 1987, 30) Kodin sisustaminen itseilmaisun keinona juontaa juurensa Sarantola-Weissin (2003, 131–135) mukaan 1800-luvulta lähtien harjoitettuun porvarisemäntien valistukseen. Sisustuksen tarkoitus oli antaa ilmiäsi kodin asukkaiden ja varsinkin perheenemännän persoonallisuudelle. Kodin tuli olla esteettisesti miellyttävä, mutta samalla mukava ja intiimi tila perheen yksityiselämälle. Niinpä sisustaminen kaikkine aktiviteetteineen määriteltiin ajanmukaisen porvarisnaisen elämäntavaksi. Sitten sisustamiseen ja asumiseen liittyvä kansalaisvalistus ja myöhemmin mieluumminkin kuluttajavalistus korostivat kestävyyttä, tarkoituksenmukaisuutta, helppohoitoisuutta ja hygieniä (ks. myös Heinonen 2007; Jokinen 1997, 96). Rybczynski (1988, 64) palauttaa porvarillisen siisteysnormin syntymisen Hollannin vauraalle 1600-luvulle. Kaari Utrio kuvaa sitä näin:

Aamuisin pestiin lattiat, kynnykset ja katu. Astiat tiskattiin heti ruoan jälkeen. Sitten käytiin käsiksi pyykkiin – liinavaatteet olivat hollantilaisemännän ylpeys... Maanantai ja tiistai käytettiin pölyttämiseen ja lattioiden ja huonekalujen kiillottamiseen. Keskiviikkoisin pyyhittiin koko talo. Torstaisin pestiin ja kiillotettiin hopeat ja kuparit. Perjantaisin kuurattiin keittiö, kellari ja komerot. (Utrio 1998, 314)

On kuitenkin otettava huomioon, että yksityisyys oli tuolloin uutta. Siivoamisella saatettiin osoittaa rajat yksityisen tilan ja julkisen tilan välillä. Muun muassa kengät piti riisua julkisen tilan

puolelle. Tuon ajan hollantilaisessa talossa ei ollut peseytymisen paikkaa ihmisille. Nykykäsityksen mukaan kotiaan perusteellisesti siivoavat 1600-luvun hollantilaiset olivat itse likaisia (Rybczynski 1988, 65). Joka tapauksessa perheen emännän roolille yksityisen oman kodin ja perheen huolehtijana oli luotu perusta.

Noin työlästä kodinhoitoa ei enää 1970-luvun Suomessa haluttu, kun naiset yhä enemmän siirtyivät ansiotöihin kodin ulkopuolelle. Käsitys hyvästä ja kauniista suomalaisen kodin sisustuksesta oli muodostunut hyvin yhdenmukaiseksi. Ihanteena oli yksinkertainen, riisuttu sisustus (Heinonen 2007; Sarantola-Weiss 2003, 135). Niinpä kodin sisustamiseen liittyvistä tavoista identiteetin toteuttamisella, perheen tarpeista huolehtimisella, rationaalisella ja helppohoitoisella mukavuudella on pitkä historiallinen pohja.

## 5. KODIN TILA JA PAIKKA

”Tilaa ei pidä lähestyä objektina, vaan se myös tuottaa ja uudelleen tuottaa merkityksiä, eikä vain kannan niitä” (Saarikangas 1999, 68). Koti on ollut historiansa aikana ensin lähes pelkästään julkinen tila, myöhemmin yhä enemmän yksityinen. Nytemmin se avautuu uudelleen vaikkapa sosiaalisessa mediassa yhteyttä pitäneille ihmisille, tuntemattomille ravintolapäiväasiakkaille ja kansainvälisille sohasurffaajille. Tilojen merkitykset muotoutuvat käytössä ja ihmisten kohtaamisissa olemassa olevassa kulttuurisessa kontekstissa.

Ihmisten elämä ei tapahdu tilallisessa tyhjiössä, vaan tilajärjestelyt ovat keskeinen osa elämismaailmaamme. Päivittäinen elämisemme sijoittuu tilaan ja muotoutuu tilassa ja tilasta, ja vastavuoroisesti tila muotoutuu käyttäjilleen, asukkailleen, näissä liikkeissä ja tavoissa. Henkilökohtainen tilaelämys, eletty kokemus, syntyy aina kulttuuristen merkitysten ja ajallis-paikallisen kontekstin osana... Tilan käyttöön vaikuttavat muun muassa tilanjärjestely, esineet, ihmiset ja kulloisetkin sosio-kulttuuriset käytännöt. (Saarikangas 1999, 97)

Fyysinen ja näkyvä tila ei siis koskaan ole vain ”yksi tila”, vaan siihen sisältyy useita tiloja. Se on arkkitehtoninen, aineellinen ja sosiaalinen tila: kokoelma heterogeenisiä kulttuurisia käytäntöjä, kuvia ja ajatuksia.

Koti sijaitsee jossakin. Yleensä ihmiset tuntevat kuuluvansa johonkin paikkaan (esim. van Hoof et al. 2015, 7). Paikkaan kuulumisen tunne voi kylläkin olla myös kuvitteellista. Esimerkiksi pakolaiset ja diasporassa elävät ihmiset tuntevat kuuluvansa siihen maahan, jossa heidän sukunsa juuret ovat, vaikka eivät itse koskaan olisi olleet tässä maassa (Bahloul 1999; Blunt & Dowling 2006, 102). Nämä juuret elävät kulttuurisissa käytännöissä suvun jäsenten ja ystävin välittäminä, mikä ilmenee muun muassa tietynlaisen ruoan suosimisena, tapana laittaa ruokaa ja syödä. Tällaisten kulttuuristen käytäntöjen ylläpitäminen saattaa jopa siirtää kansallistunteen siihen paikkaan, jossa näitä käytäntöjä harjoitetaan (Etemaddar, Duncan et al. 2016, 515). Tällöin todellinen kotimaa korvautuu käytännöillä ja käytännön harjoittamisen paikoilla. Samalla kansallistunne osana kodin tuntua toteutuu hetimitäin siis noina käytännön toteuttamisen ajankohtina. Mielikuvan kotikin voi liikkua paikasta toiseen (Bahloul 1999, 246).

### 5.1.KIINNITTYMINEN TILAAN JA PAIKKAAN

Paikkaan kiinnittyminen on erkaantunut kuulumisesta tiettyyn paikallisuuteen (Ruotsala 2008, 45). Aiemmin paikallisuus oli useimmiten syntymästä saakka annettu tekijä ihmisen elämässä. Paikalliset

ihmiset tunsivat toisensa jonkintasoisesti. He siis olivat sidoksissa tiettyyn maantieteelliseen paikkaan ja tuossa paikassa asuviin ihmisiin. Nytemmin kyläyhteisön merkitys kuluttajien identiteetille on hyvin vähäistä.

Nykykäsityksen mukaan ihmisten suhde tilaan ja paikkaan määrittyy erityisesti niissä tapahtuvien ja tapahtuneiden kokemusten kautta. Pitkänen (2011, 24) kertoo kulttuurimaantieteen piiriin kuuluvassa väitöskirjassaan, että tämä käsitys pohjautuu humanistisen maantieteen tutkimuksiin paikasta 1970-luvulla. Abstraktin tilan katsottiin muuttuvan merkitykselliseksi paikoiksi ihmisen kokemuksen ja tilaan kiinnittymisen kautta. Kokemuksellisuus siis nostettiin maantieteellisten tilojen tutkimuksen kohteeksi. Tila ei ole passiivisesti valmiiksi olemassa, vaan se muotoutuu materian, elämisen, aistihavaintojen, liikkumisen, arkisten käytännön ja toiminnan avulla.

Niinpä ihmisten omat tai ihmisryhmän kokemukset maantieteellisessä sijainnissa määrittävät sijainnin tietyksi paikaksi (Jenkins, Croitoru et al. 2016). Siten paikkojen merkitys on jokaiselle henkilölle erilainen, vaikka ne yleisesti ottaen ovat fyysisiä, geometrisia ja visuaalisia ympäristöjä. Jokainen ihminen sijoittaa itsensä tilaan ja tilassa he hahmottavat itsensä suhteessa muihin ihmisiin ja esineisiin (Simonsen 2005, 5; Saarikangas 1999, 97). Tila toimii siten materian ja toisten ihmisten hahmottamisen välikappaleena. Tila tulee käsitetyksi vasta siinä tapahtuvissa sosiaalisissa käytännöissä niin, että itse tilakin on osa näitä käytäntöjä. Lefebvren (1991, 14; ks. myös Bachelard 1964/1957; Lyytikäinen & Saarikangas 2013, xii) mukaan tilaa voidaan tarkastella kolmesta toisiinsa yhteydessä olevasta dimensiosta: havaittu tila, kuviteltu tila ja eletty tila. Nämä tilan elementit ovat olemassa samanaikaisesti. Havaittu tila on konkreettinen ja aineellinen. Siinä arkinen elämä on yhteydessä rakennettuun ympäristöön sekä yhteiskunnan ja ympäristön käytäntöihin ja rakenteisiin. Kuviteltu tila on abstrakti ja pitää sisällään käsityksen yhteiskunnan järjestyksestä, sen koodeista ja merkeistä. Havaittu tila ja kuviteltu tila ovat siten toisilleen vastakkaisia. Näiden välittäjänä toimii eletty tila, sillä elämiseen tarvitaan sekä henkisiä että aineellisia prosesseja. Nämä prosessit ilmenevät näkyvinä ruumiillisina käytäntöinä. Eletty tila -kokemus syntyy tilassa olemisen ja elämisen kautta. Kuviteltu, havaittu ja eletty tila käyvät vuoropuhelua, jossa kohtaavat aineellinen ja sosiaalinen, kuvittelu ja todellisuus sekä tietoisuus itsestä ja muista ihmisistä. Ihmiset liittävät kokemuksia ja tunteita tilaan ja tilassa oleviin esineisiin ja ylipäätään materiaan. Kokemuksien kautta myös ihmissuhteet liittyvät tilan tunnelmaan, vaikka toisia ihmisiä ei olisi läsnä. Niinpä tilan ja ihmisen välille muodostuu jokaiselle omanlainen yhdistelmä sosiaalisia suhteita, kulttuurisia käytäntöjä ja aistihavaintoja. (Lefebvre 1991, 40; Simonsen 2005, 6) Samantapaiseen tilan määrittämiseen päätyivät myös arkkitehdit Steiner ja Veel (2017) referoidessaan kodin tilaa koskevia artikkeleita. Kukin ihminen käsittää kodin kokonaisuudeksi, jossa kodin seinien sisällä oleva tila on vain yksi elementti

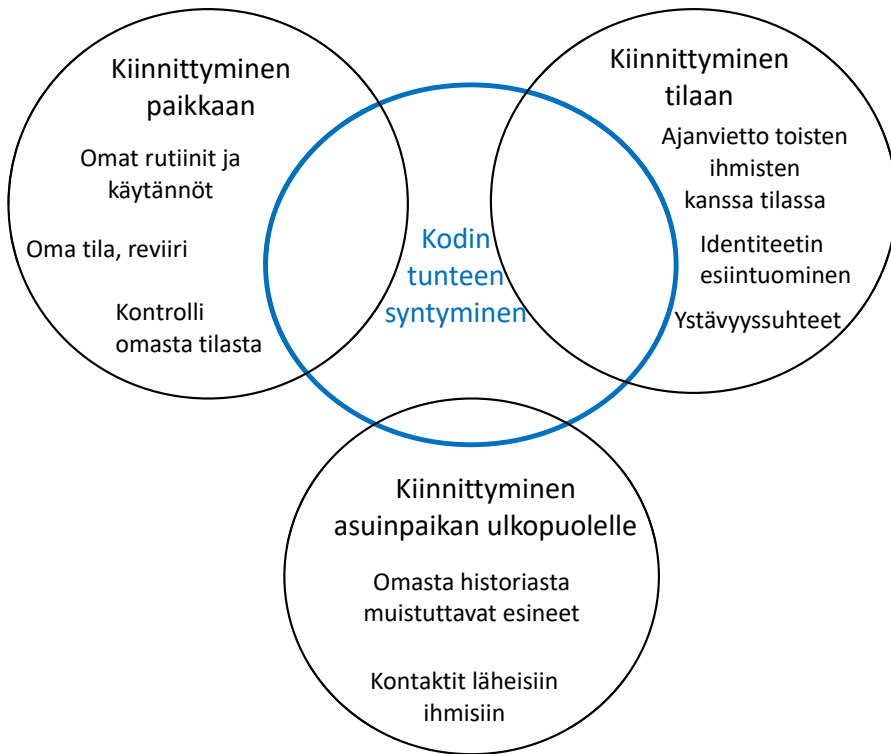


kuvitteellisten aineettomien ja metaforisten elementtien lisäksi. Tähän tilaan tunkevat edelliset asukkaat asumisen jälkinä sekä luonto, kulttuuri ja muu ulkoinen ympäristö.

Amsdenin, Stedmanin ja Krugerin (2011, 34) mukaan ihmissuhteiden avustamassa paikkaan kiinnittymisessä on kyse yhteisöllisyyden tunteen syntymisestä. Tietty paikka voi muodostua henkilölle mieluisaksi pelkästään silloin, kun hän viehättyy luontoympäristöön tai ihmisen rakentamaan ympäristöön. Erityisen vahva side paikkaan syntyy, kun siihen liittyy ihmissuhteista peräisin oleva yhteisöllisyyden tunne. Kun tässä tutkimuksessa on kyse kodin tunteesta, kuviteltujen ja todellisten ihmissuhteiden merkitys on olennaista.

Tilan ja paikan käsitteet ovat lähellä toisiaan. Siinä missä tila on laaja abstrakti käsite, paikka pyrkii sulkeutumaan erityiseksi kokemuksen kautta (Lyytikäinen & Saarikangas 2013, xiii). Paikka on siis suljetumpi, rajallisempi osa tilaa. Kodin tila tietyssä ympäristössä luo lähtökohtapuitteet kodin tunnun luomiselle. Mikä tahansa tila ei ole eikä tule kodiksi, vaikka henkilö olisi näissä tiloissa kokenut positiivisia tuntemuksia. Tilaan pitää pystyä kiinnittämään omaan persoonaan ja identiteettiin liittyviä kokemuksia, jolloin muodostuu mielikuva erityisestä paikasta, kodista.

Kuten Fuentes (2011) totesi, vasta elämällä oman elämäntavan mukaisesti ja arkitutiinia tehden muuttuvat kodin puitteet kodiksi. Olen luonut kuvan 5 tilaan kiinnittymiseen vaikuttavista tekijöistä Falkin, Wijkin, Perssonin ja Falkin (2012) tutkimuksen perusteella. He selvittivät, miten palvelutaloon asumaan tulleille ikäihmisille luodaan kodin tuntu edesauttamalla heidän kiinnittymistään palvelutalon paikkaan ja tilaan. Heidän määrityksissään paikka tarkoitti asujan omaa huonetta, tila koko palvelutaloa. Asuinpaikan muu ympäristö piti sisällään asukkaan aiemmasta elämänvaiheesta peräisin olevat asiat, kuten entisestä kodista tuodut huonekalut, valokuvat ja muu materia sekä läheiset ihmissuhteet, joita elämän varrella oli muodostunut.



Kuva 5. Kodin tunteen syntyminen palvelutalossa (Falk, Wijk et al. 2012, 1002)

Oman merkityksen kiinnittyminen asuinympäristöön ilmenee ihmisten puheissa, kun he kertovat, mikä on heidän kotimaansa tai kotikaupunkinsa. Lähemmin kodin tunteeseen liittyvä tila voi olla läheinen luontoympäristö tai ihmisen rakentama ympäristö (Amsden, Stedman et al. 2011) niin, että joillekin kotiseutu on naapurusto tai kaupunginosa tai läheinen metsä. Esimerkiksi Helsingin Kruununhaassa asuva saattaa tuntea olevansa mieluummin ”krunikkalainen” kuin helsinkiläinen. Asumiseen hankittu tila ei useimmiten alusta lähtien tunnu kodilta, vaan kodin tuntu rakentuu vähitellen. Siihen tilaan asujan pitää pystyä siirtämään omat tuntemuksensa ja mielikuvansa. Kuten palvelutalon asukkaat totesivat, olennainen osa kodiksi tulemisessa ovat läheiset ihmissuhteet kotitilassa ja sen ulkopuolella. Myös ihmisen omat arkiset askareet ja muut tekemiset ja käytännöt kotona auttavat kiinnittymään asuntoon tai taloon. Kodin tuntu syntyy siis asumisen ja elämisen kautta (Blunt & Dowling 2006; Fuentes 2011).

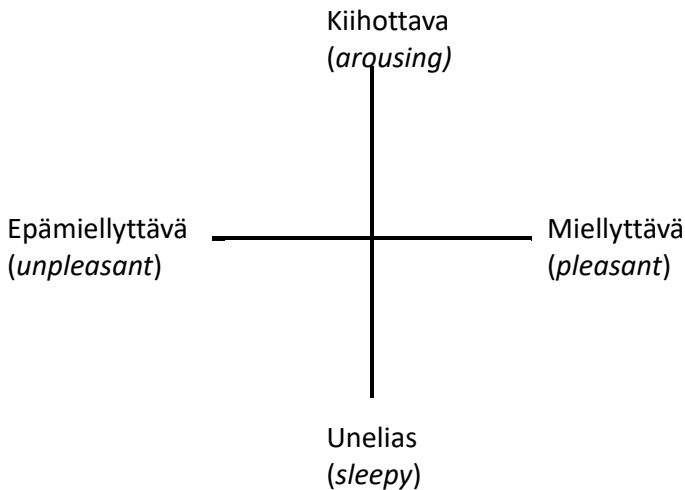
Ulkomaille muutettaessa kokemukset uudessa kotimaassa muokkaavat merkityksiä, jotka ovat peräisin aiemmasta kotimaasta (Ashtar, Shani et al. 2017, 669). Tunnesiteet entisen kodin

paikkakuntaan saattavat elää pitkäänkin, vaikka kotia siellä ei enää olisi. Mielikuvissa entinen koti kuitenkin jatkaa vaikutusvaltaansa uudessa paikassa.

## 5.2. TILAN TUNNELMA

Kodin tilaan kiinnittymisessä on kyse myös tunnesiteistä, mielihyvästäkin. Mielihyvän tavoittelua on pidetty jopa modernin kulutusyhteiskunnan synnyn taustavoimana (Heinonen 2004, 167). Kun alamme olla tylsistyneitä tai kyllästyneitä vallitsevaan olotilaan, alamme etsiä uutta stimulaatiota, virkistävää kokemusta. Kuluttajat suorastaan kuluttavat tunteita tositelevisio-ohjelmia katsomalla, lukemalla julkisuuden henkilöiden parisuhdeongelmista ja poliitikkojen toilailuista, maksavat terapeutille omien tunteiden ja ongelmien kuuntelemisesta ja analysoinnista sekä käyvät keskusteluja verkon keskustelupalstoilla (Jallinoja 2004, 129–130). Rakkaus, kauhu, pelko, häpeä ja viha ovat kulutuksen kohteina.

Miten kodin tilaan liittyviä tunteita kulutetaan niin, että voidaan puhua tunnelmasta? Ensi alkuun lähdin etsimään tähän vastausta psykologian tutkimuksista. Psykologit Russell ja Pratt (1980, 320) lähtivät kehittämään tilan tunnelman arviointia tunteiden asemoinnin pohjalta. Tutkimuksensa lähtökohdaksi he määrittelivät tunnelman siten, että se on tunteeseen pohjautuva sanallisesti ilmaistu arvio paikasta. He testasivat, voiko tilan tuntemuksen määrittämisessä käytettäviä termejä kuten mukava, tylsä, hektinen, kaunis, rauhallinen tai piristävä sijoittaa kaksidimensioiselle asteikolle. Asteikon dimensiot olivat epämiellyttävä – miellyttävä ja vireystilaa ilmentävä kiihottava – unelias. He pyysivät koehenkilöitä arvioimaan valokuvissa näkyviä tiloja annetuilla 20 tunnelmatermillä. Arvioinnissa käytettiin 8-asteikollista Likertin asteikkoa välillä kuvaa täysin – ei kuvaa lainkaan tilan tunnelmaa. Tutkimuksen mukaan tunnelmaa kuvaavat termit voidaan sijoittaa kuvan 6 nelikenttään. Esimerkiksi jännittävä (*exciting*) pitää sisällään sekä vireystilan kohoamista että miellyttävää tuntemusta ja sijoittuu siten miellyttävän ja kiihottavan väliseen kenttään. Rentouttava (*relaxing*) tunnelma on yhdistelmä miellyttävää alhaisen vireystilan luomaa tuntemusta, synkkä (*gloomy*) on epämiellyttävää, uneliasta tuntemusta ja masentava (*distressing*) tunnelma merkitsee epämiellyttävää kohonnutta vireystilaa.



Kuva 6. Tunnelmaa ilmaisevien termien sijoittuminen kaksisuuntaisella ja kaksidimensioisella asteikolla (Russel & Pratt 1980)

Edellä esitetyn tutkimusasetelman avulla Dazkir ja Read (2012) selvittivät huonekalujen muotokielen luomien tuntemusten sijoittumista mainittuun nelikenttään. Selvityksen mukaan pyöreämuotoisia huonekaluja pidettiin mukavina, mielenkiintoisina ja rentouttavina (*calming*) verrattuna kulmikkaisiin huonekaluihin. Tilassa, jossa oli pyöreälinjaisia huonekaluja, henkilöt tunsivat olonsa tyytyväisiksi, rauhallisiksi, levollisiksi ja rentoutuneeksi<sup>12</sup>. Toisin sanoen tunnetilat voitiin sijoittaa nelikentän miellyttävä–unelias-osioon. Kulmikkaiden huonekalujen tilassa tuntemukset olivat stressaantunut, ärtynyt ja vihainen, jolloin tuntemukset sijoittuivat nelikentän kiihottava–epämiellyttävä-alueelle.

Vogels (2008, 33) määrittä tunnelman (*atmosphere*) ihmisen ulkoisen ympäristön ja tämän itsensä välisen suhteen kokemuksena. Tunnelma on siten subjektiivinen kokemus, joka välittyy ulkoisten elementtien ja ihmisen sisäisen tuntemuksen kautta. Tilan tunnelma ei välttämättä vaikuta ihmisen sen hetkiseen tunnetilaan mutta se saattaa vaikuttaa. Esimerkiksi stressaava työ rauhallisessa ympäristössä voi tuntua stressaavalta tai ympäristö saattaa vähentää työstressiä, mutta stressaavassa ympäristössä niin ei käy. Vogels kehitti mittaria tunnelmalle ja löysi kaksi tunnelmafaktoria: aktiivisuutta tai vireystilaa kuvaava virkestävä (*liveliness*) -faktori ja negatiivista tai positiivista tuntemusta kuvaava mukavuus (*cosiness*) -faktori. Tunnelmaa kuvaavista termeistä turvallinen ja ehkä yllättäen myös romanttinen saivat positiivisen latauksen mukavuus-faktorilla, mutta

<sup>12</sup> Haastateltavat katsoivat kuvia tiloista, joissa oli erilaisia huonekaluja. He eivät siis olleet fyysisesti näissä tiloissa.

negatiivisen latauksen virikstävä-faktorilla. Jännittävä (*exciting*) ja inspiroiva saivat positiivisen latauksen virikstävä-faktorilla, mutta negatiivisen latauksen mukavuus-faktorilla. Molemmille faktoreille positiivisia arvoja saivat viihtyisä ja rentouttava.

Kuijsters, Redi, De Ruyter, Seuntjens ja Heynderick (2014, 869) yhdistivät Russellin ja Prattin sekä Vogelsin tunnelman mittaamisen osatekijät ja tutkivat valon luomaa tunnelmaa (*ambience*). Koeasetelman avulla he vertasivat vanhempien yli 65-vuotiaiden kuluttajien kokemusta nuorempien kuluttajien kokemukseen. Olohuoneeksi sisustettuun koetilaan he pyysivät 15 suhteellisen nuorta valaistuksen suunnittelijaa määrittämään valon värilämpötilan (kelvineinä), valon voimakkuuden (lukseina) ja heijastinkulman niin, että saatiin aikaan neljä erilaista valotunnelmaa. Nämä tunnelmat olivat mukava (*cosy*), aktivoiva (*activating*), rentouttava (*relaxing*) ja innostava (*exciting*). Tutkimuksen mukaan nuoremmat pystyivät erittelemään kaikki nämä neljä tunnelmaa. Iäkkäimmille koehenkilöille sopivimmat valolla luodut tunnelmatilat olivat ainoastaan mukava ja aktivoiva. Tutkimuksen kuluessa asiantuntijoiden valomäärytyksiä säädettiin iäkkäiden koehenkilöiden toivomusten mukaan. Iäkkäämmät halusivat lisää valon voimakkuutta sekä mukavaan että aktivoivaan koetilaan. He eivät olleet pitäneet useamman värisistä tehostevaloista (mt., 874). Tutkimuksen mukaan iäkkäämmille ihmisille on mahdollista rakentaa alhaisen vireystilan mukavaa tunnelmaa matalan lämpötilan valkoisella valolla, toisin sanoen hieman punertavalla valkoisella valolla. Tehostevalona mukavassa tilassa voi käyttää oranssin sävyä. Aktivoivana ja vireystilaa kohottavana toimii sinertävä valkoinen valo yleisvalona ja tarvittaessa tehostevalona turkoosin, sinivihreän sävyinen valo.

Näiden tutkimusten perusteella tunnelma vaikuttaisi liittyvän toisaalta mukavaan rentoutumiseen ja toisaalta jonkinlaiseen piristävään, virkistävään tuntemukseen. Tietyt tekijät voivat viedä tunnelmaa huonompaan tuntemukseen. Tällaisia aistein havaittavia ja tunnelmaa huonontavia tekijöitä voisivat olla paitsi epämukava tai epäsojiva valaistus myös melu, kylmyys, kuumuus, epäsiisteys ynnä muut vastaavat.

Birkebæk Olesen (2010, 30) kertoo, että aistien välittämä tunnelma (*athomosphere*) kotona syntyy tilan, materian sekä sosiaalisen kokemuksen välisistä ja vastavuoroisista suhteista. Toisaalta tunnelma säteilee aineellisesta ympäristöstä ihmisiin, joiden mielialaan tämä säteily vaikuttaa. Ihmiset toisaalta vaikuttavat mielialaansa aistiensa kautta. Tilan tunnelma ei ole suoraan johdettavissa yksittäisestä tekijästä, esimerkiksi pyöreämuotoinen sohva ei tee koko tilasta mukavaa. Esineisiin täytyy liittyä merkkejä ihmisten välisestä kanssakäymisestä (mt., 36). Yksi tuon tutkimuksen informantti muutti toimistomaiselta vaikuttavan käytävän miellyttäväksi ja mielestään kotoisaksi laittamalla käytävän

valkoisille seinille etnisillä kuvioilla painettuja kangastauluja. Kangastaulut herättivät hänessä tiettyjä muistoja, sillä hän oli itse keräillyt nämä taulut. Epämiellyttävän tunnelman muuttuminen miellyttäväksi ei ollut yksin tekstiilitaulujen ansiota, vaan tunnelma muodostui taulujen, tilan ja oman historian yhdessä aikaansaamalla vaikutelmalla. Tästä ihmissuhteisiin viittaavasta vaatimuksesta johtuu se, että sisustuslehtien kauniita sisustusasetelmia ei pidetä kotoisina. Kodin tilan tulee hehkua elämää.

Kodin tunnelma on muutakin kuin aistien välityksellä muodostuvat tuntemukset. Hirschmanin (1984, 116–120) mukaan kuluttajan kokemuksellisen (*experience*) tuntemuksen lähteenä voi toimia aistimusten lisäksi myös tämän oma mielikuvitus, muistikuvat, oma kokemusperäinen tietämys ja älyllinen stimulaatio (ks. myös Bachelard 1964). Paavilaisen (2013, 158) tutkimiin designesineisiin liittyi monenlaisia tunteita. Nämä esineet olivat mukana kodin käytännöissä tai vain varastoituina. Jotkut tuottivat iloa pelkällä olemassaolollaan, vaikka ne olivat taka-alalla. Joitakin esineitä käytettiin päivittäisissä rutiineissa, vaikka niitä vihattiin. Tilassa syntyvä kokemuksellinen tuntemus on siten Hirschmaninkin mukaan yhdistelmä elettyä elämää sekä aistimuksia ja havaintoja tässä ja nyt. Silloin kun hetkessä koettu tuntemus kiinnittyy materiaan, vaikkapa huonekaluun, tauluun tai tilan valaistukseen, tuo tunne jatkaa olemassaoloa materiaan liittyneenä merkityksenä (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 21). Kokonainen tunnelma voi kiinnittyä koko tilaan.

### 5.3. MONIPAIKKA-ASUMINEN

Käytän tässä tutkimuksessa käsitettä kakkoskoti, kun tarkastelen ihmisten käytössä olevan pääasiallisen kodin lisäksi toisella paikkakunnalla tai ulkomailla sijaitsevaa kotia. Kun käsittelen aiempia tutkimuksia ja kirjallisuutta, käyttämäni termi kakkoskoti (*second home*) pitää sisällään erilaiset toiset asunnot, vapaa-ajan kodit, mökit ja kesämökit, joissa asutaan osan vuotta tai vietetään viikonloppuja ja lomia Suomessa sijaitsevasta kodista matkaten.

Ihmisten mahdollisuus liikkua maantieteellisten paikkojen välillä on riippunut siitä ajasta, joka on tarvittu paikkojen välillä matkustamiseen. Tämä etäisyys kasvaa koko ajan, sillä kulkuyhteydet ja kulkuvälineet ovat ajan saatossa parantuneet. Niinpä ihmisten liikkuvuuden kannalta ajallinen etäisyys on tärkeämpi tekijä kuin maantieteellinen etäisyys. Arkinen elämä kodin, työpaikan ja harrastusten välillä tapahtuu pienimmän aikaetäisyyden sisällä. Seuraavalle aikaetäisyyden alueelle voidaan tehdä muutaman päivän kestäviä matkoja vaikkapa viikonloppu tietyllä paikkakunnalla ja niin edelleen. (Hall 2005, 96) Kun aiemmin ajallisesti järkevä kakkoskodin sijainti oli kotimaassa, nykyään monipaikka-asumista pystyy toteuttamaan maiden rajoista piittaamatta.

Kun tarkastellaan Suomessa sijaitsevien mökkien ja mökin omistajien pääasiallisen kodin välistä maantieteellistä etäisyyttä, tilastot kertovat mielenkiintoisen kehityksen. Suomessa matka kodin ja mökin välillä on hieman lyhentynyt, sillä vuonna 2003 mökkimatkan pituus oli keskimäärin 107 kilometriä ja puolella mökkiläisistä mökkimatka oli alle 50 kilometriä (Tilastokeskus 2007). Vuonna 2014 nuo luvut olivat keskimäärin 91 kilometriä ja puolet mökkimatkoista oli alle 37 kilometriä, sillä mediaani oli 37 kilometriä (Miettinen & Koski 2016, 18). Mitä ilmeisemmin mökkimatka on merkittävästi lyhentynyt ajallisesti. Siinä missä aiemmin mökillä käydessä oli aina jäätävä yöksi sinne, nyttemmin on mahdollista tehdä päivämatkoja.

Kakkoskodin paikan valintaan vaikuttavat toki muutkin tekijät kuin maantieteellinen etäisyys. Yleensä kakkoskodin paikkakuntaa ei valita ilman aiempaa omaa kokemusta paikkakunnalla. Aiemmin kiinnittyminen tiettyyn vapaa-ajan kodin paikkaan liittyi henkilön identiteettiin liittyviin juuriin, perheen ja suvun historiaan. Edelleenkin moni palaa juurilleen mökille mennessään. Mutta ihmisten matkustelun lisääntyä niin työssä kuin vapaa-ajalla paikkaan kiinnittyminen voi tapahtua myös elämyskokemusten kautta tiettyssä paikassa ja maassa. Ulkomailta vapaa-ajan koti hankitaan useimmiten paikkakunnalla koettujen miellyttävien turismikokemusten jälkeen (King, Warnes et al. 2000, 31). Niinpä vapaa-ajan koti voi olla myös keskellä suurta kaupunkia.

Miellyttävässä matkailukohteessa matkailija voi mielikuvissaan sijoittaa itsensä ja identiteettinsä asumaan tuohon paikkaan. Mielikuvasta saattaa kehkeytyä todellinen asumistavoite. Myös jo toteutunut kakkoskotieläminen voi toimia potentiaalisten identiteettien harjoittelupaikkoina (Hoey 2016, 70). Se on oman itsen muuttumisleikkiä, harjoittelua tulevaa elämänvaihetta varten vaikkapa eläkkeelle siirtymistä ajatellen. Giddensinkin (1991) mukaan identiteetti on nykyään elämänmittainen projekti. Identiteetti muuntuu ja sen halutaan muuntuvan ja lisäksi eri elämänalueilla voi toteuttaa eri identiteettiä. Monipaikka-asuminen tarjoaa paikallisia mahdollisuuksia tähän.

Perusteita käyttää kakkoskotia voidaan tarkastella kaksijakoisesti. Toisaalta on vakituksessa kodissa elämiseen liittyviä luotaantyöntäviä perusteita, joista Chaplin (1999, 44) ja Müller (2002, 428) käyttivät ilmaisua todellisuuspako, eskapismi. Kakkoskotiin paetaan kaupungin elämäntyöliä, sen tungosta, kiirettä, stressiä ja arkisia rutiineja (ks. myös Quinn 2004; Selwood, Tonts 2006, 169). Esimerkiksi Selwoodin ja Tontsin (2006, 170) tutkimuksen mukaan tärkeimpänä motiivina hankkia kakkoskoti oli vapautuminen oman vakituisen kodin arjesta. Seuraavaksi tärkeimpänä perusteena heidän informanttinsa mainitsivat mahdollisuuden viettää aikaa luonnossa ja olla yhdessä perheen ja ystävien kanssa. Niinpä kakkoskotipaikkaan liittyy aina houkutustekijöitä. Kakkoskodin vetovoima ja pääasiallisen kodin puutteet liittyvät myös toisiinsa. Suomalaisen kyselytutkimuksen (Strandell &

Hall 2015, 21) mukaan vapaa-ajan asunnolla vietetään aikaa sitä enemmän, mitä väestörikkaammalla alueella pääasiallinen koti sijaitsi. Samoin jos kotona ei ole puutarhaa, houkutus viettää aikaa mökillä lisääntyy. Strandell ja Hall testasivat oletusta siitä, että ihmisillä on perustavaa laatua oleva tarve viettää aikaa ulkoilmassa ja luonnossa (mt., 13). Mikäli tähän ei ole mahdollisuutta pääasiallisessa kodissa ja sen ympäristössä, puutetta kompensoidaan kakkoskodissa ja sen ympäristössä.

Suomessa kesämökkejä oli vuonna 2015 yli puoli miljoonaa (Suomen virallinen tilasto (SVT) 2016; Miettinen & Koski 2016). Kun mukaan lasketaan alun perin ympärivuotiseen asumiskäyttöön rakennetut niin sanotut mummonmökkit, mökkien määrä on noin 600 000 (Miettinen & Koski 2016, 15). Koska mökin käyttäjiä on noin neljä henkilöä mökkiä kohti, noin puolella suomalaisista on mahdollisuus käyttää perheen tai suvun mökkiä (mt., 30). Mökkeily onkin olennainen osa suomalaista identiteettiä. Periäisen (2006, 109) mukaan mökkeily luontoympäristössä on suorastaan suomalaisuuden myytti siinä missä ranskalaisuuteen kuuluu viinistä nautiskelu.

Kuitenkin tällä suomalaisuuden myytillä on lyhyt historia. Mökkeilyn yleistyminen koko väestön ajanviettotavaksi alkoi 1950-luvulla (Tilastokeskus 2007). 1960-luvulta lähtien kaupungistuminen sekä vapaa-ajan lisääntyminen muun muassa vuosilomalain muutosten perusteella nopeuttivat kehitystä. Kun lauantaista tuli vapaapäivä, mökillä voitiin viettää vapaita viikonloppujakin. Mökkien määrän kasvu oli hyvin nopeaa: vuonna 1950 mökkejä oli noin 40 000, vuonna 1962 jo yli 100 000.

Sijainniltaan mökit ovat hajaantuneet erilleen toisistaan. Mökkitontteja on saatu perintönä maatilojen sukupolvenvaihdon yhteydessä ja lohkottuja rantatontteja on myös ostettu sukulaisilta ja muilta maanomistajilta (Pitkänen 2011, 50; Timonen 2009, 220-221). Ensimmäisen sukupolven kaupunkilaiset tulivat kesäksi mielellään lapsuuden maisemiin. Syrjäisillekin seuduille on voitu rakentaa mökki, koska Suomessa on kattavasti metsäautoteitä. Metsäautotiet yhdistävät mökit kantateille. Viranomaisten suopeus myöntää rakennuslupia järvien, jokien ja meren rantaan on osaltaan edesauttanut mökkeilyn leviämistä. Neljä viidesosaa mökeistä sijaitseekin rannalla tai rannan tuntumassa (Pitkänen 2011, 54).

Rantatontille suomalaiset mökkinsä haluavatkin. Rantasauna ja ylipäättään saunominen on mökkikulttuurin ydintä (Timonen 2009, 219). Rantasaunan terassilla rentoudutaan ja katsotaan suomalaiskansallista järvimaismaa, kuunnellaan laineen liplatusta ja lintujen laulua (Pitkänen 2011, 63, 73). Ehkäpä eristäytyneestä sijainnista johtuen suomalaisten mökkeilytapoihin ei ole kuulunut runsas seurustelu naapuruston kanssa. Sen sijaan suomalaiset touhuavat hyötyaktiiviteettien parissa ja hyödyntävät luonnon antimia. He korjaavat ja huoltavat mökkiä ja sen ympäristöä, kalastavat, uivat,



grillaavat ja keräävät sieniä ja marjoja. Mökkielämä on luonnonläheistä ja yksinkertaista (mt., 66). Se on myös lasten kesäleikkejä ja perheen yhdessäoloa.

Pitkänen (2011, 80; ks. myös Strandell & Hall 2015) toteaa, että monelle mökki on tapa paikata vakituisen asuinympäristön puutteita. Mökillä voi toteuttaa itseään mielekkäiksi koettujen aktiviteettien ja maanomistuksen tarjoaman vapauden kautta. Vakituinen koti on saattanut muuttua moneenkin kertaan kotoa poismuuton, opiskelun ja työpaikkojen vaihtumisen seurauksena. Monelle kesämökki on ainoa pysyvä paikka koko elämän aikana: se edustaa jatkuvuutta. Pitkäsen mukaan on kaksi erilaista tapaa kokea mökkimaisema (mt., 84). Se voi tuntua matkailukohteelta, jolloin mökkeily tuo vaihtelua vakitukselle asuinympäristölle. Usealle suomalaiselle mökki on kuitenkin mieleinen paikka ja koti.

Ingström (2014, 130) kirjoittaa, että omassa kesäpaikassaan ihminen voi olla jotenkin kummasti yhtä aikaa sekä poissa kotoa että aivan kotona. Hän analysoi suomenruotsalaisten vastauksia Svenska litteratursällskapetin kansankulttuuriarkiston kyselytutkimuksessa vuodelta 2008, jonka aiheena oli "Kesämökit ja vapaa-ajan asunnot -- kysymysluettelo vapaa-ajan asumisesta". Hänen kirjoittaa:

Kesäpaikka on todeksi eletty muunnelma pohjoismaista luonnonläheisyyttä, sitkeysihannetta, vaatimattomuutta, maaseudun pitämistä aitona ja alkuperäisenä asuinpaikkana. Jotta siitä saisi esteettisiä elämyksiä ja aistinautintoa, tarvitaan kykyä nähdä karuudessa kauneutta ja kokea niukuudessa runsautta. Tarvitaan tottumusta ja tahtoa, jotta pitäisi mustikoita makeina ja pohjolan uimavesiä lämpiminä (mt., 133).

Alasuutarien (2010, 88–94) tutkimuksen mukaan suomalaiset mökkeilijät eivät poikkea muiden maiden vapaa-ajan asuntoa käyttävistä kansalaisista: lomamökin asukkaat haluavat ensisijaisesti päästä irti arjesta. Niinpä suomalaisten mökkeilyssä ei ole kyse maaseudun ja entisajan maaseudun elämäntyylin ihannoinnista sinällään, vaan mökille halutaan luoda nykyisestä arjesta poikkeava toinen todellisuus. Mökkeilijät itse rakentavat vapaa-ajan kotiinsa toisen todellisuuden, jossa mökkeilijä ottaa itselleen arkiminänsä päälle toisen roolin. Mökkirooli näkyy pukeutumisessa, tavoissa ja tekemisissä mökillä. Tässä toisessa todellisuudessa miljöön, mökkipuuhailujen, mökkivaatteiden ja sisustustavaroiden kuuluu olla erilaisia kuin varsinaisessa kodissa. Mökkeily on siten itse toteutettua elämysmatkailua.

Vapauden tunnetta tavoitellaan vapaa-ajan kodissa tuntemuksella ”irti arjesta” (Alasuutari & Alasuutari 2010). Ulkomailla sijaitsevassa kakkoskodissa tunnetaan helpotusta myös siksi, että on päästy pois Suomen kolkosta syksystä ja pimeästä talvesta, kuten Espanjan aurinkoon pakoon

lähteneet jopa kymmenet tuhannet suomalaiset ovat tehneet (Karisto 2000). Suomesta paetaan myös virkavaltaisuutta ja ankaraksi koettua verotusta. Perkinsin ja Thorns (2006, 80) mukaan tämä johtuu siitä, että ihmiset haluavat paeta kakkoskotiinsa arjen harmaita puolia, stressiä ja henkisiä paineita vain vähäksi aikaa. Arkielämään kuuluva työ, oman talouden hoito, ystävyysuhteet sekä perheen ja yhteiskunnan vaatimukset ovat olennainen osa elämää. Pako on siten kaksisuuntaista. Kun yksinkertaisempi elämä kakkoskodissa on tuonut riittävästi rentoutumista ja henkistä energiaa, halutaan takaisin haasteellisempaan ja monimutkaisempaan tavalliseen elämään. Perkins ja Thorns kävivät kuitenkin mielestäni läpi sellaisia tutkimuksia, joissa kakkoskoti selvästi oli vapaa-ajan koti ja sijaitsi suhteellisen lähellä pääasiallista kotia (katso myös Selwood & Tonts 2006, 169–170).

Niin Suomessa kuin muissa Pohjoismaissa ja Kanadassa aktiviteetit vapaa-ajan kodissa keskittyvät vapaa-ajan kodin ympärille ja sen luontoympäristöön (Lipkina 2013; Müller 2002; Pitkänen, Puhakka et al. 2011). Myös sukulais- ja ystävävierailuja tehdään mökille ja mökiltä (Svenson 2004). Harmiton autenttisuuden kaipuun ilmentymä on 'mökkipuuhastelu', jota ei pidetä työnä, sillä se on vapaavalintaista tekemistä. Tätä tekevät erityisesti vanhemmat mökkeilijät. Nuoremmat yhdistävät vapaa-ajan kodissa elämiseen urheilun (Sievänen, Pouta et al. 2007).

Ihmisten muuttaessa vapaaehtoisesti maasta toiseen kodiksi kutsutun asumuksen sijainti ja kodin tunnun käsite muuttuvat ongelmallisiksi. Tutkijat ovat lähestyneet ongelmaa kahden englanninkielisen käsitteen *roots*, juuret, ja *routes*, reitit, avulla (Blunt & Dowling 2006, 199; Gustafson 2006, 26). Kodin tunnun juuret sijoittuvat tiettyyn maantieteelliseen paikkaan, johon henkilö tunnesiteiden ja siellä olevan aseman perusteella tuntee kuuluvansa. Reiteillä olevalla kodin tunteella tarkoitetaan sitä, että se ei ole vahvasti kiinni jossain tietyssä maantieteellisessä paikassa, vaan se on kehittynyt tai kehittymässä oleva oman identiteetin kiinnittymisen tunne. Tällä lähestymistavalla tulkiten kodin tunne kahdessa kodissa eri maissa eläen voi olla koko ajan reitillä toisin sanoen koko ajan muuntumassa. Toisella lailla ilmaisten kodin tunne on prosessi, johon kokemukset merkityksellisissä paikoissa vaikuttavat (Gustafson 2006, 22; Quinn 2004, 129). Työ, työn tekemisen ulkopuolinen vapaa-aika, rutiinit, harrastukset, vapaavalintainen ajankäyttö, miellyttävät kokemukset, työpaikat, kodin paikat ja harrastusten paikat sekoittuvat toisiinsa. Niinpä alun perin suomalainen identiteetti voi vähitellen muokkaantua tunteeksi, jolla on kaksi yhtä kelvollista maantieteellistä kotipaikkaa. Bauman (2011, 429) toteaaakin nykyajan maasta toiseen liikkuvien kuluttajien ankkuroituvan useisiin paikkoihin eikä enää juurtuvan yhteen paikkaan. Juuria on vaikea repiä irti maasta, mutta ankkurin voi aina heittää uuden sataman veteen. Silloin on vaikea sanoa, missä on ykköskoti ja missä on kakkoskoti.

Ajanviettoa kakkoskodissa, vapaa-ajan kodissa, on pidetty yhtenä turismin muotona. Arvioin sitä, kuuluuko kakkoskodissa eläminen turistina olemiseen vai ei. Aloitan turismiuteen liittyvistä määritelmistä, joita Hui (2009, 292) on käynyt läpi. Jotta kakkoskodissa asuminen ja eläminen olisivat turistikokemuksia, täytyy ihmisen tuntea tietyn paikan olevan ydinpaikka hänen elämässään. Se ydinpaikka on pääasiallinen koti. Turistina oleminen on kokemusta paikassa, joka on poissa kotoa. Hui käyttää tästä kokemuksesta nimitystä turismikokemus. Turismi voidaan siten nähdä matkustuskiertona, jossa ensin lähdetään kotoa, vietetään suhteellisen lyhyen aikaa jossain paikassa poissa kotoa ja sitten palataan kotiin. Kuitenkaan turistina olemiseen ei sisälly ajanvietto paikassa, johon matkustetaan ansiotyön tai tavanomaiseen arkisen elämisen takia. Huista poiketen suomalaiset matkailun tutkijat Veijola, Ilola ja Edelheim (2013, 18) sisällyttävät liikematkat matkailun tai turismin käsitteeseen.

Turistikokemus on jotain erityisempää kuin mitä arkiset askareet saavat aikaan. Niin turistikokemus kuin arkielämän kokemukset koetaan jossain paikassa. Nämä kokemukset linkittyvät merkityksinä tiettyyn paikkaan, jolloin paikka muuttuu erityiseksi mielikuvaksi. Kuitenkin Huin (2009, 297–300) mukaan paikat, käytännöt ja turismi eivät aina sijoitu maantieteellisesti kaksijakoisesti kotona tai poissa kotoa -periaatteella. Kakkoskodissa käytännöt voivat muodostua hyvin arkisiksi ja nämä arkikokemuksetkin linkittyvät kakkoskodin merkityksiksi. Sitten kakkoskodista käsin voidaan tehdä turistiretkiä. Kun mennään takaisin alkuperäiseen kotiin, seuraavat kakkoskodissa vietetyn arjen kokemukset ja merkitykset alkuperäisen kodin käytäntöihin. Tällöin alkuperäisen kodin käytäntöjä ja sen merkitystä arvioidaan uudelleen niin, että kokemus arkikodissa voi tuntua turistina olemiselta omassa kodissa. Lisäksi on otettava huomioon se, että jotkut ihmiset haluavat tehdä lomamatkansa aina samaan kohteeseen ja kokea samoja paikkoja ja samoja asioita yhä uudestaan. Muuntavatko he silloin turistikokemuksensa vähitellen arkirutiininomaiseksi kokemukseksi? Huin johtopäätös on, että niin turismikokemus kuin kodin arkikokemus ovat syntyneitä tuntemuksia ja mielikuvia, jotka liikkuvat paikoista toisiin ja paikkojen välillä. Ihmiselle merkitykselliset paikat selvästi linkittyvät toisiinsa. Arki muuttuu ja niin muuttuu myös turismikokemus.

Turismielämyksen tunnusomaisena piirteenä on tarve etsiä miellyttävää katseltavaa (Urry 1995). Tämän on katsottu merkitsevän sitä, että turistit ihailevat pinnallisia välittömästi aistein havaittavia asioita. Paikallisten asukkaiden tuntemukseen samasta asiasta tai näkymästä sekoittuu eletty arkinen elämä ihmissuhteineen. Vaikkapa keskiajalta peräisin olevan kaupungin kapeat kujat viehättävät turisteja, sillä kuja on heille autenttinen jäännös keskiajalta. Sen sijaan asukkaat saattavat harmitella hankalia ajoväyliä (Stedman 2006). Kakkoskotiasukas on siinä mielessä ainakin aluksi turisti, että kakkoskotia valitessa kuluttajien päätöksentekoon vaikuttavat paikan maisema ja luontoympäristö

(King, Warnes et al. 2000, 30; Selwood & Tonts 2006, 169). Jotain autenttista etsitään vapaa-ajan kodin ympäriltä samaan tapaan kuin venäläiset tulevat Suomeen hakemaan puhdasta luontoa ja hiljaista, turvallista ympäristöä, jota eivät enää kotimaastaan helposti löydä (Lipkina 2013).

Ulkomaisen kakkoskotipaikan valintaperusteisiin kuuluvat miellyttävän ilmaston ja maiseman lisäksi kohtuullinen infrastruktuurin ja palvelutarjonnan minimitaso (King, Warnes et al. 2000, 30). Näihin kuuluvat tieverkosto, jätehuolto, sähkön ja veden saanti sekä turvallisuudesta huolehtiminen ja vähittäiskauppojen tarjonta. Näillä vaatimuksilla varmistetaan mukavan asumisen ja elämisen nykyaikainen perustaso. Kakkoskodin hankkimiseen saattaa olla taloudellisiakin perusteita. Tällaisia voivat olla edullinen tapa viettää lomaa tai se, että kakkoskoti toimii taloudellisenä sijoituksena. Paljon työn takia matkustavat saattavat haluta vähentää matkustamiseen kuluva-aikaa ja vaivaa hankkimalla toisen kodin matkustusalueensa solmukohdasta (esim. Perkins & Thorns 2006, 80; Quinn 2004, 116). Kakkoskoti voi myös tuoda pysyvyyden tunnetta alati muuttuvassa maailmassa (Perkins & Thorns 2006, 74).

Jos turistikokemus on jatkumo miellyttäviä arjesta poikkeavia kokemuksia erilaisissa paikoissa, onko kodin tuntu sitten tämän tuntemuksen vastapari? Onko kodin tuntu suhteellisen pysyvä arkituntemus paikassa ja kakkoskotiasukkaan kodin tuntu sitä pinnallisempi? Oletettavasti kuitenkin kakkoskodissa elämiseen liittyy sekä turistina olemisen tuntemuksia että pysyvämmän kodin tuntua. Stedmanin (2006, 190) mukaan missään ei ole todistettu sitä, että vakituisella asukkaalla olisi voimakkaampi tunneside paikkaan kuin sinne ajoittain tulevalle kakkoskotiasukkaalla. Päinvastoin, perheen ja suvun siteet monen sukupolven ajan voivat olla tiukastikin kiinni tietyllä mökkipaikkakunnalla, kuten monella suomalaisella on. Samoin Stedman (2006, 199) havaitsi omassa tutkimuksessaan, että säännöllisesti kakkoskodissa asuvilla oli mieluummin voimakkaampi tunneside paikkakuntaan kuin koko vuoden paikkakunnalla asuvilla. Pinnallista paikkaan kiinnittyminen ei siten ole. Verrattuna koko vuoden asukkaisiin kakkoskodin asukkaiden paikkamieltymyksessä korostuvat luontoympäristö ja irtiotto arkielämästä. Koko vuoden paikkakuntalaisena asuvat kiinnittyvät erityisesti asuinyhteisöön, joka sinällään on tärkeä myös kakkoskodin asukkaille.

Mitä pidempään kakkoskodissa on asuttu sitä enemmän halutaan olla tekemisissä paikallisen kulttuurin ja paikallisten asukkaiden kanssa (Müller 2002, 442). Luonnollisesti kielitaito ja muut henkilökohtaiset tekijät vaikuttavat yhteydenpidon laatuun ja määrään. Ulkomailla on kuitenkin helpompaa olla tekemisissä muiden omasta kotimaasta tulleiden kakkoskotiasukkaiden kanssa kuin paikallisten asukkaiden kanssa. Integroituminen paikallisuuteen voi ilmetä syvempien

ihmissuhteiden asemesta maan tyylin mukaan sisustamisessa ja vaikutteiden omaksumisena paikallisesta ruokakulttuurista.

Eläminen kakkoskodissa voidaan sijoittaa myös turismin ja paikkakuntalaisuuden väliin (Aronsson 2004; Duval 2004; Müller 2002). Turistit matkustavat valmiisiin maisemiin, valmiiseen sisustukseen ja valmiisiin aktiviteettimahdollisuuksiin. Omassa vapaa-ajan kodissaan asukas luo itse miljöönsä ja valitsee itse aktiviteettinsa. Niinpä he suuressa määrin itse tekevät ”turistikokemuksensa”. Lisäksi aito turisti lähtee matkakohteestaan pois mahdollisesti sinne koskaan palaamatta. Mutta kakkoskodin ja pääasiallisen kodin välillä kuljettaessa jokainen matka on tavallaan paluumatka: uudelleen tulo samaan paikkaan, kotiin. Kaikki eivät edes pysty sanomaan, kumpi koti tuntuu ykköskodilta ja kumpi kakkoskodilta. On mahdollista, että liikkuva elämäntapa useine kotiosoitteineen johtaakin syvällisempään kodin tunteeseen kussakin kotiosoitteessa. Ainakin varakkaat ihmiset voivat valita elämäntyyliinsä ja vuodenaikaan sopivimman paikan viettää aikaa kodissaan (Stedman 2006, 189).

Hui (2009, 295) kyseenalaistaa kaksijakoisuuden koti – poissa kotoa niin, että vain yhdellä paikkakunnalla vietetty aika olisi kotona olemista ja kaikkialla muilla paikoilla jotain muuta, esimerkiksi turistina olemista. Ansiotyön tekeminen ja kotona oleminen sekoittuvat. Usein työmatkailija viettää osan aikaa turistina. Suomessa ympärivuotiseen asumiseen varustetut mökit internet-yhteyksineen mahdollistavat ansiotyön tekemisen myös mökillä. Muutoinkin ihmisten lisääntynyt matkailu ja kokemukset eri maissa niin työn kautta kuin vapaa-ajalla sekoittavat käsityksiä vapaa-ajasta ja arkisesta ajankäytöstä. Mahdollisesti vapaa-ajan käsittäminen työn tekemisen ulkopuolisena ajankäyttönä on liikkuvassa elämäntyylissä muuttunut vanhanaikaiseksi. Vaikka vapaa-aika on lisääntynyt työelämään liittyvien vapaapäivien lukumäärällä mitattuna, mahdollisuus vapaavalintaiseen ajankäyttöön on vähentynyt. Vapaa-aika on mielellään nautinnollista tekemistä. Rojekin (1995, 191) mukaan vapaa-aikaan liittyy paradoksi: siltä odotetaan valinnan vapautta, nautinnollisuutta ja pakoa velvoitteista, mutta monesti tämä on utopiaa. Eräs johtavassa asemassa oleva mies kuvasi matkapuhelintaan käärmeeksi, joka luikertelee kotiin tuoden työasiat mukanaan (Soronen & Sotamaa 2004, 218). Mikään ajankäyttö ei ole täysin vapaa ulkopuolisesta vaikutuksesta. Yksilöt ovat yhä enemmän riippuvaisia toisten ihmisten ja organisaatioiden tekemisistä ja aikatauluista. Lisäksi tekemiset ovat hajonneet yhä pienempiin osiin, joiden hallinta vaatii taitoa (Shove 2003, 170).

Kun asukkaiden identiteetti, kodin käytännöt ja prosessit muuntuvat, kodin tunne liikkuu ja muuntuu kotien eri paikoissa ja paikkojen välillä (Blunt & Dowling 2006), 196). Joidenkin viimeaikaisten tutkimusten (esim. Gustafson 2006; Hui 2009) perusteella paikkoja tulisikin tarkastella suhteessa

toisiin merkityksellisiin paikkoihin. Arkielämän koti ympäristöineen ei välttämättä tarjoa oman elämäntyylin mukaista elämistä ja asumista.

#### 5.4.KOSMOPOLIITTISUUS JA LIIKKUVA ELÄMÄNTYYLI

Kansainvälistyminen on levinnyt jokaiselle elämänalueelle. Featherstone (2002) käyttää nimitystä kosmopoliittisuus. Kosmopoliittisuuden lähtökohta on ajan ja paikan välisen riippuvuuden katoaminen. Toisin sanoen sosiaaliset suhteet irtoavat paikallisista olosuhteista. Giddensin (2013, 53) mukaan tätä kehitystä ovat edesauttaneet niin sanotut puitteista riisuvat tai paikallisuudesta riippumattomat mekanismit (*disembedding mechanisms*). Näihin mekanismeihin hän lukee symboliset välineet (*symbolic tokens*) ja asiantuntijajärjestelmät (*expert systems*). Arkisen elämän taustalla olevat abstraktit välineet kuten raha ja asiantuntijajärjestelmät tai rakenteelliset olosuhteet ovat tänä päivänä kansainvälisiä ja niin itsestään selvyiksiä, että niiden olemassaoloon on totuttu ja niiden toimintaan luotetaan. Toiminnallisten olosuhteiden yhdenmukaistuessaa paikkojen väliset erot vähenevät. Thompsonin ja Tambyahin (1999, 228) haastattelemat ekspatriaatit, työskentelyn takia ulkomaille muuttaneet ihmiset, totesivat jo parikymmentä vuotta sitten, että kaikki sijoituspaikat ovat pohjimmiltaan samanlaisia. Tapa maksaa ostoksensa kaupassa, tapa mennä lentoasemalle ja matkustaa lentokoneella maasta toiseen on muuttunut samankaltaiseksi ympäri modernin maailman. Niinpä kun henkilö on oppinut yhdessä maassa tavan toimia, on hänellä automaattisesti valmiudet toimia samalla tavoin toisessa maassa. Useimmiten hän voi myös luottaa, että eri maiden ruokakaupoista löytää suunnilleen samoja tuotteita kuin on tottunut käyttämään. Giddensin (2013, 112) mukaan juuri luottamus abstrakteihin systeemeihin tekee ihmisistä kansainvälisiä ja kosmopoliitin elämäntyylin harjoittajia.

Yhä enemmän ihmiset joutuvat viettämään aikaa muualla kuin kotona tai työpaikalla. Näitä paikkojen välitiloja, ”ei-paikkoja” ovat esimerkiksi moottoritiet, kauppakeskukset tai lentoasemat (Morley 2000, 172). Niissä on opittava olemaan. Kosmopoliitit ihmiset ovat osa kansainvälistä verkostoa, johon he voivat olla yhteydessä missä vain myös ollessaan liikkeessä vaikkapa junan matkustajana. Kuitenkin yhteydenpito kansainväliseen verkostoon vaatii osaamista, jota kaikilla ihmisillä ei ole. Urry (2012, 27) väittää, että tämä osaaminen on nykyään niin merkittävä resurssi, että hän lisäisi verkostoitumisen pääoman Bourdieun sosiaalisen, taloudellisen ja kulttuurisen pääoman rinnalle. Kansainvälisen verkoston edellytyksenä ovat muun muassa paikasta riippumattomat ihmisten kohtaamiset ja informaation kulku, yhteydenpitoon soveltuvat tekniset laitteet, ihmisten kyvykyys selviytyä verkoston häiriötilanteista ja myös riittävät rahalliset varat.

Liikkuvaa elämäntyyliä harjoittavat ihmiset osaavat toimia erilaisissa paikallisen kulttuurin ympäristöissä. He siis kykenevät hallitsemaan epävarmuutta, jota erilaisuus tuo tullessaan (Chaney 2002, 158). He ovat oppineet samanaikaisesti kunnioittamaan erilaisia ihmisiä ja suhtautumaan näihin kohteliaan välinpitämättömästi. Giddens (2013, 88) tarkoittaa kohteliaalla välinpitämättömyydellä ihmisten suhtautumista tuntemattomiin esimerkiksi kaupungin kadulla. He eivät ole ystävien vastakohtia eivätkä vihollisia vaan ainoastaan toisia ihmisiä, joita satunnaisesti kohdataan. Varhaisimmissa yhteiskunnissa ei-ystävä oli potentiaalinen vihollinen ja uhka. Giddensin sanoin: näihin tuntemattomiin ihmisiin suhtaudutaan kuten maisemaan.

Koska kosmopoliittisuus pirstaloi kulutusyhteiskuntaa, se jättää ihmisille paljon mahdollisuuksia toteuttaa identiteettiään. Kuluttajat yksityistyvät (Heinonen 2008, 10). Kokemuspiirimme on yhdistelmä paikallisuutta ja kansainvälisyyttä (Featherstone 2002, 4–5). Chaneyn (2002, 166) mukaan kosmopoliitit ottavat vaikutteita eri kulttuureista ja luovat oman elämäntyylin. Kosmopoliittien maku ylittää kansalliset rajat samalla kun kansallisen kulttuurin vaikutus kosmopoliittiin henkilöön on liudentunut. Ihmissuhteissa kosmopoliittisuus saattaa ilmetä pysyvien ihmissuhteiden vähenemisenä kulloistenkin paikallisten ihmissuhteiden kustannuksella (Mimina 2015, 393). Kulttuuriset käyttäytymisen mallit kuten nuorisokulttuuri ovat yhteisiä laajemmilla alueilla ja tämä kulttuuri yhdistää useita nuorisoryhmiä (Bardhi, Eckhardt et al. 2012, 525). Kosmopoliittiseen arvomaailmaan kuuluu kunnioittaa kulttuurista monimuotoisuutta (Featherstone 2002, 5). Tämä tarkoittaa kykyä kriittisesti tarkastella omaa käyttäytymistään.

Liikkuvaa elämäntyyliä harjoittaville ihmisille koti ei ole fyysinen paikka, vaan kodin tunnetta ylläpidetään omassa mielessä virtuaalisesti sekä tietyillä käytännöillä (Bardhi et al. 2012, 523). Kulloisenkin asuinpaikan ja -maan tavat pyritään omaksumaan pian, paikallisia palveluita käytetään paljon, valokuvat tallennetaan pilvipalveluihin ja ihmissuhteita hoidetaan tietotekniikan avustamana. Pankkitilin ja taloudellisten varojen säilyttäminen kotimaassa saattaa olla käytännöllinen keino ylläpitää suhteita kotimaaksi koettuun paikkaan (Mimina 2015, 395).

Kosmopoliittien suhde heidän omistamiinsa esineisiin ja ylipäättään materiaan on uudenlainen. Heille materiassa merkityksellistä on senhetkinen arvo ja käytännöllinen sopivuus tilanteeseen. Käytössä olevien tavaroiden tulee olla kätevästi mukaan otettavia tai niistä pitää tarvittaessa pystyä helposti luopumaan. Lisäksi materia korvataan mahdollisimman paljon palveluilla. Asuntoa, sisustusta ja autoa ei haluta omistaa vaan olennaista on näihin liittyvien palveluiden saatavuus (Bardhi, Eckhardt et al. 2012; Mimina 2015, 393). Heille siis tavaroiden symbolinen arvo on vähäinen. Tavaroita ei huolleta ja hoivata, koska ne eivät muistuta ihmissuhteista, tärkeistä paikoista tai tapahtumista eikä

niiden avulla osoiteta omaa arvoasemaa. Virtuaaliset tavarat ovat mahdollisia (Bardhi, Eckhardt et al. 2012, 521–522). Silloin valokuvat pilvipalveluihin tallennettuina, musiikin kuuntelu tallenteesta tai suoratoistona sekä elektroniset kirjat oman mukana kannettavan laitteen kuvaruudulla ovat käyttökelpoisia. Itse asiassa moni sähköinen palvelu edesauttaa liikkuvan elämäntavan leviämistä. Aivan kuin konkreettiset esineet, virtuaalinen aineisto kykenee ohjaamaan ihmisten elämää. Virtuaalinen materia on sekä resurssi maasta toiseen muutettaessa että oman kokemuksen mukaan myös selviämisstrategia sinne kotiutuessa. Itselle tuttua seuraa varjona mukana.

Lisääntynyt maiden rajat ylittävä liikkuminen liittyy kuluttajien haluun päästä tarvittaessa aina käsiksi niihin verkostoihin, jotka liittyvät heille tärkeiden elämän alojen aktiviteetteihin (Perkins & Thorns 2006, 4–6). Kahden kodin pitäminen hyvinkin erilaisilla paikoilla mahdollistaa useammanlaisen elämäntyylin ylläpitämisen. Tähän mennessä kesämökeille on menty viettämään tavallista yksinkertaisempaa elämää lähellä luontoa. Maan rajat ylittävässä liikkuvassa elämäntyyliässä vapaus toteuttaa itseään voi ilmetä jotenkin muuten: vapautena olla erilainen. Kun elämäntilanne sallii, voivat ihmiset valita asuinpaikkansa sieltä, missä he voivat toteuttaa haluamaansa elämäntyyliä ja elää täysillä. Jos maan sisällä muuttaminen kakkoskotipaikkakunnalle voi perustua haaveillun uuden identiteetin ja sen mukaisen elämäntyylin täytäntöön panoon (Hoey 2016, 66), uskon kansainvälisesti liikkumaan tottuneiden ihmisten joukosta löytyvän muuttohalukkuutta myös uuden elämäntyylin toivossa.



## 6. MIELIKUVAT MATERIASTA JA PALVELULLISTUMINEN

Tässä aloitan lähestyä tutkimusongelmaa selvittämällä materiaan liittyviä kodin tunnun osatekijöitä ja niistä lähteviä merkityksiä. Tarkastelun lähtökohtana on tutkimuksen osakysymys: Mistä osatekijöistä kodin tuntu muodostuu? Materiaan liittyvistä osatekijöistä selvitän lisäksi, minkälaisiksi merkityskokonaisuuksiksi nämä osatekijät jäsentyvät. Käyn ensin läpi eri teemoista saamaani tietoa haastateltavien kertomana. Analysoin erikseen Suomessa kerättyä aineistoa ja Algarvessa kerättyä aineistoa, koska niissä kodin materiaa selvittävät teemat oli toteutettu eri lailla. Näistä jäsentyy analyysiprosessin tuloksena vähitellen kolme merkityskokonaisuutta, jotka mielestäni olivat näistä aineistoista löydettävissä. Nämä kokonaisuudet nimesin yhteisölliseksi ja itselle merkitykselliseksi merkityskokonaisuudeksi sekä asumisen palvelullistumiseksi.

Etenen itselle merkitykselliseen ja yhteisölliseen merkityskokonaisuuteen tarkastelemalla ensin merkityksiä, jotka lähtevät materian hankinnassa käytetyistä tiedon ja vaikutteiden lähteistä, resursseista, hankintatavoista ja tuoteominaisuuksista. Nämä ovat koodiperheitä, joiksi ryhmittelin ensimmäisen asteen koodit.

### 6.1. TIEDON JA VAIKUTTEIDEN LÄHTEET MATERIAALIHANKINNOISSA

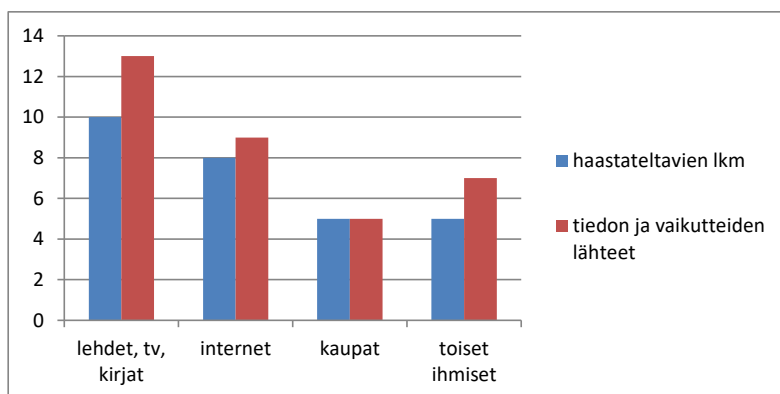
Kodin sisustamisesta on tullut trendikästä. Ideoita sisustamiseen tarjoavat useat verkkosivut, ja muun muassa sisustusblogeja on perustettu runsaasti. Television sisustusohjelmat ovat osa käsikirjoitettua viihteellistä todellisuustelevisiota. Näissä ohjelmissa korostetaan tuotetietoisuutta sekä yhteiskuntakelpoisen kuluttajakansalaisen velvollisuutta pyrkiä pitämään kotinsa sisustus tyylikkäänä ja ajantasaisena (Soronen 2011). Jossain määrin niissä on myös kuluttajan opastamista ja kouluttamista, mutta tuotteiden ja materian esiintuominen on ilmeisempää (ks. myös Powell 2009). Mikä merkitys näillä tiedonlähteillä on kuluttajille? Raotan tätä kysymystä aineistoni kautta tulkiten. Tiedon ja vaikutusten lähteistä laatimani koodit ja niihin liittyvät merkitykset olen kuvannut tämän luvun loppuun kuvaan 9.

Sisustamiseen liittyvää tietoa ja sisustamisvaikutteita haastateltavat sanoivat saavansa ja hakevansa useimmin lehdistä, televisiosta ja kirjoista (10 haastateltavaa mainitsi lehdet, television tai kirjat tiedonlähteenään vähintään kerran) sekä internetistä (8 haastateltavaa mainitsi tämän vähintään kerran). Ystävä-, tuttava- ja sukulaispiiri oli yhtä usein mainittu tiedon ja vaikutteiden lähde kuin kivijalkakaupat. Uusi Koti -lehti kirjoitti Ikean teettämästä kyselystä (Uusi Koti 2012). Sen mukaan: "Suomalaiset kertovat ammentavansa sisustusinspiraationsa suurimmaksi osaksi TV-ohjelmista (34 %) ja sisustuslehdistä (33 %). Sisustusliikkeistä innoitusta etsii 26 prosenttia vastaajista. Ikea-kuvasto

puolestaan inspiroi 19 prosenttia tutkimukseen vastaajista." Koska internetiä taikka ihmissuhteita vaikutuksen lähteinä ei mainittu tässä lainkaan, oletan, että niitä ei ollut myöskään vastausvaihtoehtoina. Minusta Ikean tutkimus kertoo vain sen, että perinteinen media on edelleen tärkeä. Niin se on myös tämän tutkimuksen mukaan.

Perinteisen median lisäksi ainakin tähän tutkimukseen osallistuneet henkilöt hakivat ja saivat vaikutteita myös muista lähteistä ja sama henkilö useista lähteistä. Osalle haastateltavista sisustaminen vaikutti olevan mieleinen harrastus siinä määrin, että nämä aktiivisesti kartuttivat tietämystään. Ystävät pitivät heitä asiantuntijoina ja kysyivät heiltä sisustamisen vinkkejä ja neuvoja. Hoyerin ja Stokburger-Sauerin (2012, 174–175) mukaan esteettisen kuluttamisen asiantuntijaksi kehittyneet kuluttajat pystyvät yhdistämään kokemuksensa, tietämyksensä, tunteensa ja mielikuvituksensa intuitioksi, ylivertaiseksi esteettiseksi mauksi. Tällaisia asiantuntijoita toiset kuluttajat käyttävät tiedon ja vaikutteiden lähteinä.

Kuvassa 7 siniset pylväät kuvaavat niiden haastateltavien lukumäärää, jotka olivat kertoneet käyttävänsä kyseistä tiedon ja vaikutteiden lähdettä. Punaiset pylväät kuvaavat kaikkien kyseiseen kategoriaan luokiteltujen sitaattien lukumäärää. Siten jos punainen pylväs on korkeampi kuin sininen pylväs, tarkoittaa se, että jotkut haastateltavat olivat maininneet useammin kuin kerran tuon tiedon ja vaikutteiden lähteen. Kaiken kaikkiaan haastateltavat mainitsivat jonkin tiedon ja vaikutteiden lähteen yhdestä kahteen kertaan, joko useamman kerran saman tai kertoivat eri kategorian tiedon ja vaikutteiden lähteen.



Kuva 7. Tiedon ja vaikutteiden lähteet (34 sitaattia, 22 haastateltavaa)

Maijulle sisustuslehtien ja -ohjelmien seuraamisella on monta perustetta. Hän hakee niistä ideoita ja jättää ideat hautumaan. Tällä tavoin hän kartuttaa omaa tietotaitoaan. Hän osaa myös itse tehdä joitain sisustamiseen liittyviä töitä. Lisäksi lehtien ja ohjelmien seuraaminen on hänelle viihdettä.

Myös ihan sisustusmielessä. Ihan jotain ideoita. Ja myös sellaista, että mitä voi itte tehdä, vaikka en niitä toteuta. Sä voit ittekin vaikka rakennella. Toki myös viihdemielessä. Et seuran miten jonkun kodista, joka ei oo niin hieno ja mahtava, niin saadaan vähällä vaivalla uuden näköinen. Et mulla ainakin on ajatuksena kun meille on tulossa putkiremontti, että vetää yhden seinän omasta asunnosta pois. Et siitä sais isomman. Kaikkee semmosta mietiskelee, et mitä muuta. (Maiju, S-aineisto)

Sirpalle sisustuslehdet toimivat värimaailmoina ja impulsseina. Hän sanoi ammentavansa niistä inspiraation aiheita itselleen. Ne olivat hänelle päiväunia. Ja kuitenkin Sirpa sanoi, ettei hänellä ole sillä hetkellä tarvetta sisustaa, sillä hän oli varsin tyytyväinen nykyiseen uuteen kotiinsa. Hän oli mielestään hyvä sisustaja, muun muassa sillä perusteella, että ystävät olivat kääntyneet hänen puoleensa sisustusvinkkejä hakiessaan. Sirpa siis sekä kartutti tietotaitoaan ja esteettisen maun asiantuntijuuttaan että ruokki mielikuvitustaan pelkän mielihyvän tunteen saavuttamiseksi. Stevensin ja Maclaranin (2005) mukaan tällaisessa mielihyvälukemisessa on kyse vähän samasta asiasta kuin huvin vuoksi kaupoissa kiertelemisessä. Tavoite ei ole niinkään ostaa mitään kuin hankkia esteettistä mielihyvää ja haaveilla.

Silmiinpistävintä perinteisistä kaupoista puhuttaessa oli se, että niitä käytetään ideoiden hakemiseen ja tuotteiden tarkasteluun, mutta hankinnat saatetaan tehdä muualta. Tästä kerron lisää hankintatapa-otsikon alla.

Internet on olennainen osa useimpien suomalaisten kuluttajien arkipäivää. Uskon, että tulevaisuudessa sisustamisen tutkimuksissa ei enää riitä, että puhuu pelkästään internetistä. Tämän tutkimuksen haastateltavat mainitsivat tiettyjen kauppapaikkojen verkkosivuja, blogeja, videoita ja sosiaalisia medioita. Niinpä tulevaisuudessa tutkimuksissa kannattaa selvittää tarkemmin, miltä verkkosivuilta tietoja haetaan ja miltä verkkosivuilta ostoksia tehdään.

Hannan ja Annan mielestä blogeista saa paljon vinkkejä. Internetiä pidettiin helppona ja nopeana tapana hakea tietoa. Anna sanoi, että jos hän esimerkiksi etsii tiettyä huonekalua, menee hän ensiksi internettiin. Samoin Kati sanoi etsivänsä vaikkapa verhovinkkejä ensiksi verkosta. Saana sanoi seuraavansa sosiaalista mediaa ja Pinterestiä. Pinterestissä jaetaan ja kerätään erityisesti visuaalista

materiaa. Sinne voi tehdä oman sisustusprojektin, johon kerää toisilta käyttäjiltä ja lisäksi muilta internetin sivuilta kuvia, ideoita ja vinkkejä. Aura vaikutti tekevän tällaisia ideakoreja suoraan kauppapaikkojen verkkotarjonnasta. Hän sanoi keräävänsä internetin ostoskoreihin vaikka mitä, mutta harvoin vievänsä ostoskorinsa kassalle. Kati oli hakenut vinkkejä ja opastusta seinien maalaamiseen:

Esimerkiksi Tikkurilan sivuilta saa kaikkennäköiset maalivinkit. Oon maalannu erilaisia kuvioita. Siellähän on hyvin opetettu ja näytetty, miten tehään. (Kati, S-aineisto)

Jatkuva itsensä ajan tasalla pitäminen sisustamisen trendeistä, tyyleistä, muotoiluista ja tarjolla olevista materiaaleista voi aiheuttaa myös ahdistusta. Näin oli käynyt Tarjalle. Kylpyhuone on yksi kalleimmista tiloista uudistaa kodin seinien sisällä. Niinpä sitä ei monikaan voi eikä halua olla koko ajan uudistamassa juuri sen hetken trendin perusteella. Ei Tarjakaan halunnut uudistaa kylpyhuonettaan, vaikka hän pettyi pian itse suunnittelemaansa kylpyhuoneeseen.

Esimerkiksi nyt se kylpyhuoneen suunnittelu. Kyl mä olin hirveen tyytyväinen siihen niinku varmaan kaks vuotta. Mut sitte tulee semmonen, että kun näkee muita juttuja, että en nyt tehnyt sitten tommosta kylppäriä. Nyt sitten vähän mieli pahottuu, vaikka se oli ihan hyvä silloin. Se ei oo enää. Et niinku mukamas on taso korkee, mutta sitten ei kuitenkaan oo. (Tarja, S-aineisto)

Clarke (2002, 147) totesi, että esteettisten asioiden päätöksenteko on useimmiten enemmän sosiaalinen kuin yksilöllinen prosessi. Niin on asianlaita tämänkin tutkimuksen mukaan. Mielestäni kyseessä on resurssi. Se on tietämys siitä, kenen puoleen voi kääntyä, kun tarvitsee asiantuntijan työpanosta tai suunnitteluapua kodin kunnostamiseen. Haastateltavat mainitsivat sekä samassa taloudessa asuvien että lähipiiriin kuuluvien muiden ihmisten tietotaitoja, joita he hyödyntävät tai voivat tarvittaessa hyödyntää sisustamisasioissa. Kati tuntui imevän vaikutteita lähipiiriinsä kuuluvien rakentamisen ja entisöimisen ammattilaisten ratkaisuista:

No mulla on veli kanssa hällä on rakennusalan yritys. Mie aina hältä kysyn, et vaikka mitä jos mie maalaisin tuon yhen seinän tai voiskos sen laatottaa vai mitähän tolle kannattas tehdä. Nii se aina antaa, että hää on tehny yhteen talloon, että mulla on kuva täällä, kato. Että tulee tavallaan sieltä hänen työn kautta, mitä asiakkaat on hältä tilannu ja näyttää, että tää oli hänestä hyvä. (Kati, S-aineisto)

Hänen rakennusosalalla oleva veljensä valokuvasi puhelimellaan omille asiakkailleen

tekemiään töitä ja antoi suoraan kuvasta vinkkejä Katille. Täten luvatonkin tietoa leviää ihmisten kesken.

Haastateltavien puheet omista resursseista keskittyivät lähinnä omiin tietoihin ja taitoihin. En kysynyt taustatiedoissa tuloja enkä varallisuutta missään muodossa. Alun perin olin tosin suunnitellut koodin taloudelliset resurssit, mutta ainoastaan Sirpa sanoi hänellä olevan riittävästi taloudellisia resursseja toteuttaa sisustushalujaan. Muut haastateltavat, jotka mainitsivat taloudelliset resurssit, valittivat niiden niukkuudesta. Kahdeksan haastateltavaa mainitsi rahan niukkuuden joko niin, että rahaa on ylipäättään vähän tai että suunniteltuihin sisustusprojekteihin nähden tässä ja nyt ei ole varaa, vaan täytyy säästää. Niinpä muutin koodin taloudellisten resurssien niukkuudeksi.

Myös maininnat ajasta resurssina ilmenivät nimenomaan puheena aikapaineesta. Ajan käsittäminen käytäntöjen resurssina on Shove'n, Pantzarin ja Watsonin (2012, 127-130) mukaan yksi näkemys siitä, miten aika liittyy käytäntöihin. He puhuvat käytäntöjen kilpailevan käytäntöjen harjoittajan ajasta. Toisenlainen näkemys on, että käytäntöjen seurauksena syntyy ajan käsite, vaikkapa niukkuuden ilmentymänä. Ajan niukkuutta valittivat lapsiperheelliset Kati ja Miira. Juhalla ja Jaanalla oli ajan niukkuutta omien töiden ja opiskeluiden takia. Miira on juuri muuttanut miehensä ja kolmivuotiaan poikansa kanssa rakennuttamaansa uudistaloon. Pian heille syntyy toinen lapsi. Talon kalustamisessa hän on ottanut huomioon arjen helpon sujumisen tässä elämäntilanteessa. Aika on tosiaan kortilla tässä perheessä, jos pyyhekoukun asentamiseen kuluu kokonainen päivä.

No aika on koko ajan kortilla. Kun mun mies on koko ajan töissä. Ja sitten kun on tää lapsi, tuntuu ettei oo yhtään... kun pitäis propata seinään pari pyyhekoukkuu niin se on koko päivän projekti. Niin kuin se lapsiportin kiinnitys oli koko päivän projekti. Mikä sitten viimeisteltiin kun lapsi oli nukkumassa. Että aika on hyvin kortilla. (Miira, S-aineisto)

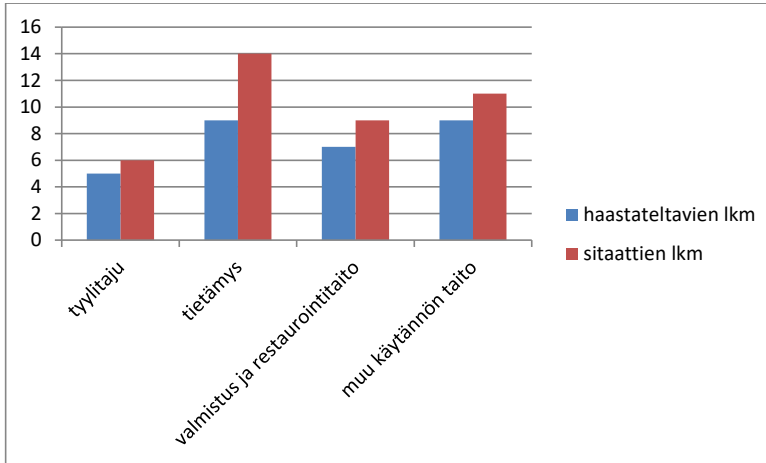
Positiivisia resursseja ovat omat tiedot ja taidot ja niistä tuli mainintoja useimmilta haastateltavilta. Näiksi resursseiksi tulkitsin koodit oma tyylitaju, tietämys, valmistus- ja restaurointitaito sekä muu käytännön taito. Tämän tutkimuksen haastateltavilla oli hyvin moninaisia taitoja ja myös karttunutta sisustamiseen liittyvää tietoa. Kuvaan 8 olen laittanut graafisen esityksen haastateltavien tiedoista ja taidoista samalla tavalla kuin tiedonhankinnan lähteitä kuvatessani. Niinpä siniset pylväät kuvaavat niiden haastateltavien lukumäärää, joilla kertomusten perusteella oli kyseistä tietoa tai taitoa. Punaiset pylväät kuvaavat kaikkien tuon kategoriaan luokiteltujen sitaattien lukumäärää.

Olen luokitellut taidot niin, että valmistus- ja restaurointitaitoihin olen sisällyttänyt myös remointitaidon, muunlaisten sisustustuotteiden valmistamisen taidot olen luokitellut luokkaan muu käytännön taito. Tyylitaju pitää sisällään kaikki sellaiset maininnat, jotka ilmentävät haastateltavien varmaa omaa sisustamisen makua tai tyyliä. Niinpä tähän olen luokitellut esimerkiksi Sirpan ystäväpiiriin ihaileman tyylitajun, Auran värikylläisen luontouskonnon sävyttämän tyylin ja Juliuksen aistillisen harmonian tavoittelun. Näistä kirjoitan enemmän myöhemmin, kun tarkastelen haastateltavien kertomuksia esteettisistä tuoteominaisuuksista. Muista taidoista mainittakoon: Jaana ja Saana kutovat mattoja, kankaita ja ryijyjä, Marko ja Tiina värjäävät lakanoita, Anna on tehnyt "kippoja" ja haaveilee oman astiaston tekemisestä sekä taulujen maalaamisesta, Kati tekee omaperäisiä esineasetelmia. Maija-Stiina osallistui nykyisen kodin remontoimiseen. Sanna sanoi, että kun he asuivat edellisessä kodissa, omakotitalossa, akkuporakone oli hänen paras kaverinsa. Vaikka miehelläkin on "remonttireiskan" taitoja, teki Sanna mielellään itse erilaisia kodin korjaus- ja kunnostustöitä. Hän antoi esimerkin:

Esimerkiksi kaks vuotta sitten mies tuli töistä. Hän on kans yrittäjä. Mä olin sen mejjän terassin, kun mä opin käyttää tota hiomakonetta, nii mä menin sen kaa siin. Se katto tälleen näin. Viistoist tuntia takana. No hyvin sä vedät. Aukas Sandels tölkin ja meni takapihalle. Joo tää on mun projekti. Vähän tuli hyvä. Mustaa Valttia löysin. Se oli ihan ku uus. (Sanna, S-aineisto)

Olen tulkinnut Markon resurssiksi tietämyksen siitä, että hänen Tiinalle hankkimansa designtarjotin oli "ainokainen kappale koko Suomessa" ja puusta veistetty karhunpoikia esittävä patsas oli ainutkertainen käsityö.

Marja antoi mielestäni ironisen vastauksen omista sisustamisen taidoistaan, kun hän sanoi, että hän on hyvä järjestämään ja saamaan pieneen tilaan kaappien taakse mahdollisimman paljon tavaraa. Hän ei ole haastattelussa puhunut juurikaan sisustamisesta. Hänen puheensa keskittyivät siivoamiseen, paikkojen järjestelyyn ja vuokra-asunnon puutteiden esiin tuomiseen.



Kuva 8. Omat sisustamiseen liittyvät tiedot ja taidot (40 sitaattia, 22 haastateltavaa)

Juha on käsityöläisammattilainen, kultaseppä, ja mielellään suunnittelee koko ajan esineitä ja huonekaluja. Hän sanoi, ettei hänellä ollut tarvetta tehdä itselleen uusia kalusteita. Kuitenkin hän oli valmistanut huonekaluja.

...mun lapsuuden kodistakin, se oli siis kaupunkiasunto, siellä oli jo kaikki niin kuin vanhaa. En muista, että mun äiti olis koskaan ostanut mitään muuta kuin mitä joskus tarvittiin. Siellä oli kaksyt luvulta huonekalut. Niin mattokin on pian 100 vuotta vanha, siis yhden huoneen matto. Mutta se [uusien huonekalujen ostaminen] ei oo niin kuin kuulunut [perinteisiin]. Tietysti on elämänvaiheissa joutunut ostamaan erinäköisiä, kun on ollut omassa huushollissa. Pienemmässä mitassa. Mutta sillä tavalla en ole kyllä kauheesti ostellut. (Juha, S-aineisto)

Ajan ja energian käyttäminen materian hankintaan on sitä ilmeisempää, mitä rakkaammasta esineestä on kyse, erityisesti jos sen avulla pystyy ilmaisemaan omaa persoonaa (Ahuvia 2005, 182; ks. myös Belk 1995, 67; Gregson & Crewe 2003, 9). Juliuksella oli kodin perintönä sisustamiseen liittyvää tietoa ja käten taitoa.

Äidillä on myös työpaja myös siellä mis vanhemmat asuu, nii siellä on tullu vietettyä lapsena tosi paljon aikaa. Ja sitten sellaista käsillä tekemistä on tullut harrastettua tosi paljon et valmiudet löytyy kyllä oikeestaan mihin vaan. Et muutenkin kun mulla on hyviä ystäviä, joiden äidit on ollu kans tota käsityöalan yrittäjä muun muassa niin sitä kautta on tullu milloin kudottua, milloin tehtyä

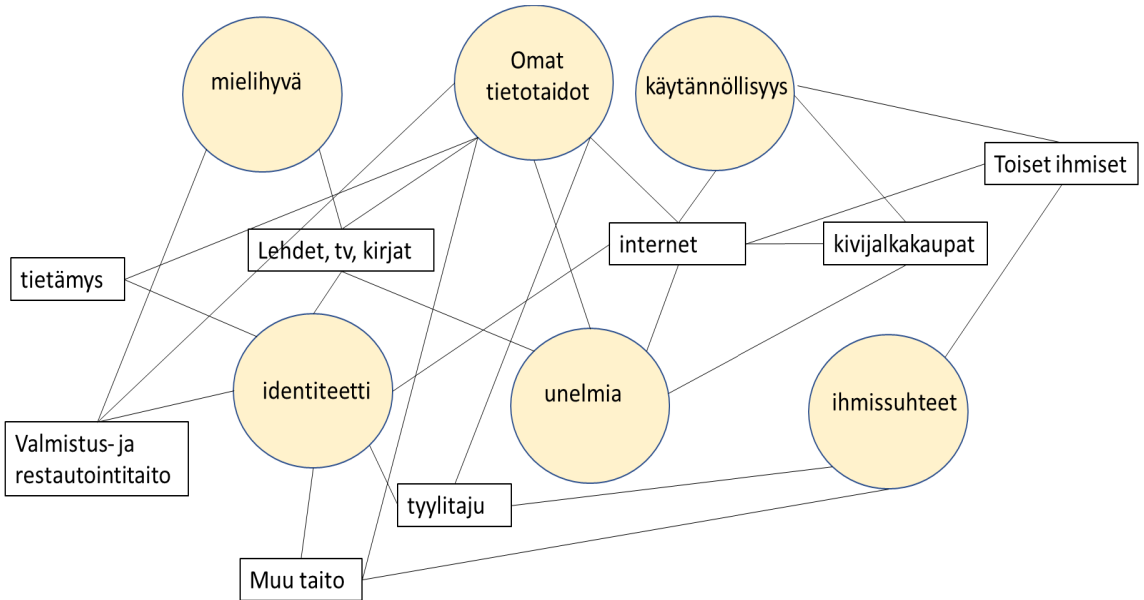
lasihommia, milloin tehtyä itse metallista, tämmöisistä piirilevyistä jotain elektroniikkajuttuja. Et siinä mielessä aika tosi laajalta löytyy kokemuksia ja siinä mielessä koen kyllä omat valmiudet monessakin asiassa hyvät. (Julius, S-aineisto)

Monenlaiset käsillä tekemiset olivat Markolle mieleisiä, ja hän vaikutti haluavan kuulua käsityötaitajien joukkoon. Hän myös arvosti muiden tekemiä uniikkikappaleita. Marko hankki avopuolisolleen lahjaksi designtarjottimen, joka oli "ainokainen kappale koko Suomessa". Itselleen hän tilasi puusta veistetyin karhunpoikia esittävän patsaan, koska se oli "ainutkertainen käsityö". Nämä Markon hankinnat saattavat toisaalta olla ilmentymiä uudenlaisesta vastuullisen luksuksen kulutuksesta (Nyrhinen & Wilska 2012, 38). Vastuullisen luksuksen tuotteet ovat ainutkertaisia, ja niiden tuottamiseen on käytetty suhteellisen paljon aikaa niin, että ne ovat mahdollisesti käsityönä tehtyjä ja niillä on korkea hinta. Toisaalta luksusta ovat poikkeukselliset kokemukset, joista riittää tarinaa kerrottavaksi pitkään jälkeensä (Featherstone 2014, 32). Vaikka Featherstone tarkasteli todella rikkaiden ihmisten luksuskuluttamista, laittaisin kuitenkin myös vähillä taloudellisilla varoilla elävän Markon tarinan luksuskuluttamisen piiriin. Tulkintaani vahvistaa myös toinen tutkimus. Rytilahden (2007, 47–49) mukaan poikkeuksellisen miellyttävä kokemus on uudenlaista luksusta. Uudelle luksukselle on tunnusomaista lisäksi se, että sen arvon ymmärtää vain tietty sisäpiiri. Kyseessä on subjektiivinen tuntemus. Vanhaan luksukseen sen sijaan liittyy poikkeuksellinen taloudellinen varallisuus, jolla ostetaan jotain erityistä, huippulaatuista ja harvinaista materiaa. Luksuksen ymmärtäminen poikkeuksellisen merkityksellisenä tunteena, josta voi kertoa niille, jotka sen ymmärtävät, voidaan siten nähdä luksuskuluttaminen demokraattisena mahdollisuutena. Erityismerkitys näillä esineillä Markolle joka tapauksessa oli.

Se, että mä hankin design sen tarjottimen sun muun, joka oli mun mielestä tosi kallis, eikä mulla olis ollu siihen varaakaan. Kun mä halusin sen, ei semmosta oo, se on niinku ainokainen kappale koko Suomessa. Tiedän, että ei oo kellään muulla, koska niitei oo tuotu Suomeen. Ylipäättään vahvoja juttuja, et on pakko saada. Se karhu oli ainutkertainen käsityö niin se oli vaan pakko saada. Takapihalla kun on kaverina kaks karhun poikaa, niin se oli pakko saada. Ei vaan voinu jättää [ostamatta]. (Marko, S-aineisto)

Hannalla oli monen vuoden työkokemus tavaratalon sisustusosastolla. Lisäksi hän oli ylipäättään kiinnostunut sisustamisesta, hän muun muassa seurasi blogeja. Miiralla oli mielestään hyvä tilan taju.





Kuva 9. Tiedon ja vaikutteiden lähteiden koodiverkosto

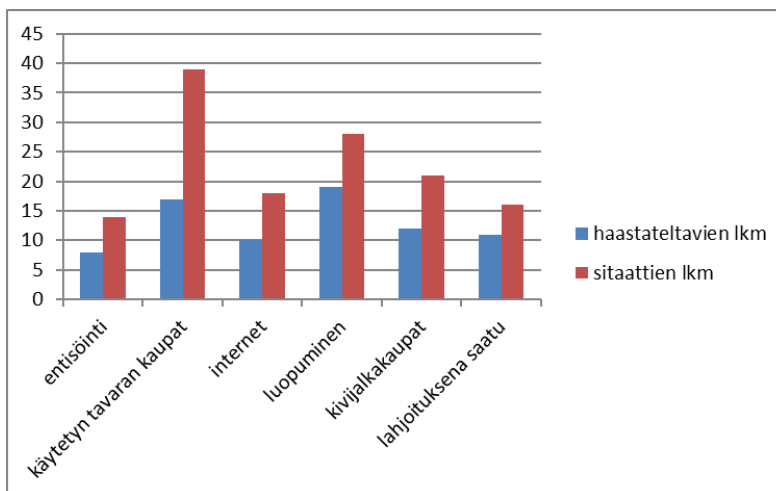
Olen luonut kuvaan 9 koodiverkoston siitä, mihin tiedon ja vaikutteiden lähteiden koodit tulkintani mukaan kohdistuvat. Omaa osaamista kartutetaan monista lähteistä. Myös omien tietojen ja taitojen käyttö vahvistaa näitä omia resursseja. Tästä johtuen omat tietotaidot ovat kuviossa sekä sitaateista tulkittuina koodeina että koodeista tulkittuina teemoina. Ne ovat myös olennainen osa identiteettiä. Tiedon lähteenä internet on käytännöllinen siitä syystä, että sitä pidetään helppona käyttää ja haettu tieto selviää nopeasti. Käytännöllisenä tiedon lähteenä toimivat myös toiset ihmiset, sillä läheisten ihmisten osaamista hyödynnetään. En voi kuitenkaan väittää löytäneeni tästä aineistosta sivulla 24 kerrotun kaltaista makujärjestelmää, toisin sanoen sellaista vaikutusvaltaista yhteisöä, johon haastateltavat olisivat samastuneet siinä määrin, että tekisivät sisustamispäätöksiään tällaisen yhteisön maun pohjalta. Tämä ei kylläkään tarkoita, etteikö heillä olisi tällaista viiteryhmää joko verkkoyhteisönä tai henkilökohtaisten kontaktien kautta.

Ohjelmien seuraaminen sekä blogien ja lehtien lukeminen on myös viihdettä. Ne tuovat lukijalle ja seuraajalle mielihyvää. Samoin yhteydenpito läheisiin ihmisiin tiedon kyselyn merkeissä on samalla myös ihmissuhteiden ylläpitoa. Resurssiverkostoa käytetään myös unelmointiin ja tulevaisuuden suunnitteluun. Muutoksia ja hankintoja siis suunnitellaan etukäteen ja haetaan tietoa. Joskus tiedon hankinta lähtee liikkeelle sisustamiseen liittyvästä suunnitelmasta tai tarpeesta. Toisinaan taas

sisustustiedon seuranta ja oman tietämyksen kartuttaminen johtavat hankintoihin ja muihin muutoksiin kodin sisällä. Oletettavasti itse tiedonhankinta voi toimia hankinnan impulssina.

## 6.2.HANKINTATAPA

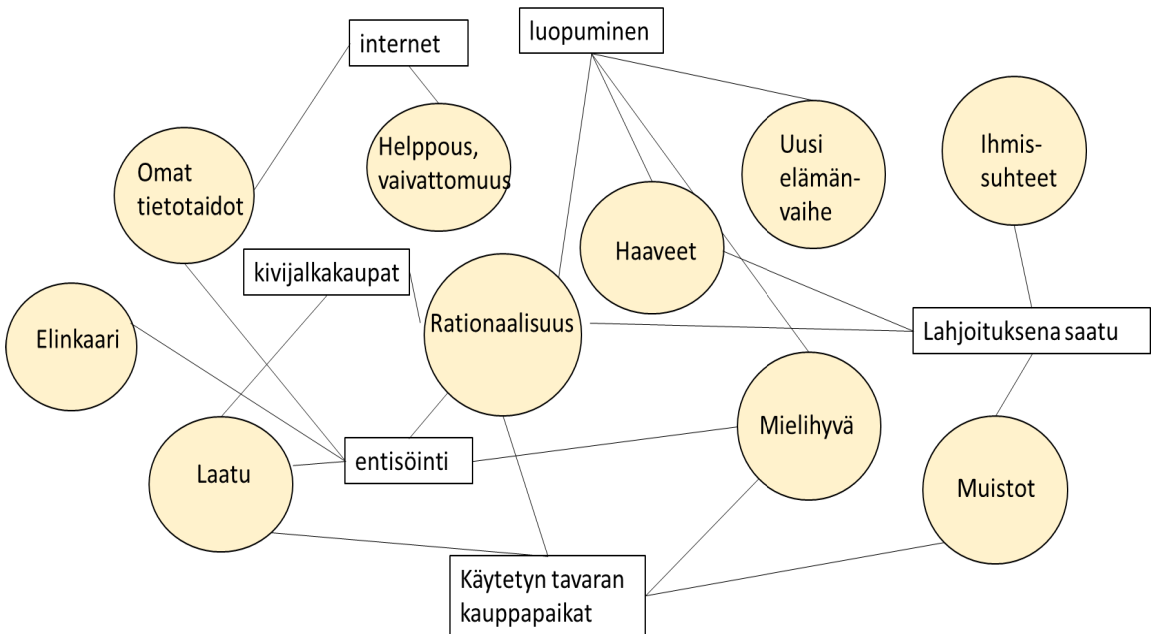
Kuvassa 10 on graafisesti kuvattu sitaattien määrä hankintatapakoodeihin entisöinti, käytetyn tavaran kauppapaikat, internet, luopuminen, kivijalkakaupat ja lahjoituksena saatu sekä sinisillä pylväillä niiden haastateltavien lukumäärä, jotka olivat maininneet kyseisen hankintatavan tai -paikan. Kuvasta voi nähdä, että pelkästään sitaattien lukumäärän perusteella käytetyn tavaran kauppapaikat saavat suuren painoarvon hankintatapana. Kun huomioi näitä kauppapaikkoja suosivien haastateltavien lukumäärän, on pääteltävissä, että käytetyn tavaran kauppapaikat ovat juuri näille haastateltaville merkittävä sisustustuotteiden hankintatapa. Samoin internetin kautta hankintoja suorittavat ja kivijalkakauppoja suosivat haastateltavat mainitsivat usein nämä kauppapaikat hankintapaikkoina. Kaiken kaikkiaan kierrätys näyttää haastateltavilla olevan hyvin yleistä, sillä eniten mainintoja saivat luopuminen ja ostaminen käytetyn tavaran kauppapaikoista.



Kuva 10. Sisustustuotteiden hankintatapa (136 sitaattia, 22 haastateltavaa)

Koska hankintoihin liittyvät teemat haastatteluissa käsittelivät sekä sisustusprojekteja että erilaisten yksittäisten sisustustuotteiden ostamista, tuli yksittäisiltä haastateltavilta mainintoja kolmesta neljään erilaista hankintapaikoista. Lähes kaikilla haastateltavalla oli kertomuksia tavoistaan luopua osasta sisustustavaroista. Luopumisella tavoiteltiin sekä järkevyyttä että mielihyvää: kodin toiminnallisuuden parantamista, turvallisen liikkumisen lisääntymistä, rahakorvauksen saamista

entisistä omista tavaroista, kotitilan visuaalisen ilmeen parantumista sekä uuteen elämänvaiheeseen siirtymistä.



Kuva 11. Hankintatapojen merkitykset koodiverkostona kuvattuna

Hankintatapoihin liittyi monenlaisia merkityksiä, joita kuvassa 11 tuon esille koodiverkoston avulla. Seuraavassa käyn hankintatapaakohtaisesti läpi noita merkityksiä.

Jotkut haastateltavista olivat viehättyneitä menneen ajan tuotteisiin. He etsivät niitä ensisijaisesti käytetyn tavarankäyttöpapaikoista. Esimerkiksi Marko sanoi pitävänsä 1980-luvun astioista, joita hän etsi kierrätyskeskuksesta. Gregsonin ja Crewen (2003, 112) mukaan tavaroiden arvo ei ole niinkään niiden sisäänrakennettu ominaisuus, vaan uusi omistaja tai haltija voi aina uudelleen luoda tavaralle uudenlaisen merkityksen. Kun jollekin henkilölle nämä 1980-luvun astiat olivat kenties tarpeetonta varastotavaraa, Markolle ne henkivät 80-luvun elämää. Millerin (2009, 163–166) mukaan käytettyjen menneen ajan tavaroita ostamalla ostetaan tiettyä aikakautta. Niinpä vanhojen tavaroiden kuuluu olla oikeasti vanhoja, joita joku on käyttänyt. Kuitenkin vanhoista, käytetyistä tavaroista pitää olla poistettuna sellaiset käytön merkit, jotka viittaavat tiettyyn yksittäiseen käyttäjään. Niinpä tahroja vaatteissa tai astioissa ei yleensä haluta nähdä, vaikka muutoin käyttämisen merkkejä tuleekin olla

havaittavissa. Markolla ilmeisesti 1980-lukuun ja mahdollisesti aterioihin tuohon aikaan liittyy muistoja jostain hänelle erityisestä, koska hän haluaa ostaa sen aikakauden astioita.

Myös menneen ajan tavaroita saatetaan pitää laadukkaampina kuin tavaroita tai sisustusmateriaa, joka on valmistettu uudemman tuotantotavan mukaan (Pekkonen 2009, 32). Esimerkiksi Kati oli löytänyt kirpputoreilta kankaita Vallilan ja Marimekon vanhoilla kuoseilla.

Jos mie haluun uudet verhot, mie käyn... No yleensä mie kyllä verhot mie löyvän aika hyviä kankaita kirppareilta, koska sieltä saa näit vanhoja, vanhaa Vallilaa, Marimekkoa. Nytkin ostin yhen verhon, kahdeksan euroo. Sain kaks paneelia siitä tehtyä. Nii eihän semmosta tavallisesta kaupasta mistään saa. Ja sitä ei enää ees valmisteta sitä kangasta. Mutta se on mikä ittelle silmään niinku näyttää hyvälle nii sitten lähetään vähän etimmään sen tyyppistä. Et se vaan tulee vastaan. (Kati, S-aineisto)

Niin tämän tutkimuksen kuin myös Hakalan, Aution ja Toppisen (2015, 447) tutkimuksen haastateltavat pitivät käytetyn tavarahan kauppapaikkoja helppoina ostamisen paikkoina, minkä lisäksi niissä voi säästää rahaa verrattuna kivijalkakauppoihin. Päivin jäätyä sairaseläkkeelle käytettävissä olevan rahan määrä väheni ilmeisesti olennaisesti. Hän muutti vielä kotona asuvan toisen poikansa kanssa omakotitalosta kerrostaloon ja joutui harkitsemaan, mistä huonekalukaupasta olisi varaa ostaa kalusteita. Hän sanoi, että "ei voi kaikkea niinku hakke tuolta Vepsäläiseltä tai jostain kalliimmasta kaupasta".

Internet on helppo, nopea ja aina saatavilla oleva kauppapaikka. Kaikkein monipuolisimmin hankintoihin verkon kautta vaikuttivat olevan valmiita opiskelijat sekä Tarja.

Kyl mul on silleen, et työn kautta tulee osittain tietoa. Et esimerkiksi kylpyhuonekalusteet, tai keittiöt, niissä on sillä tavalla harjaantunut ehkä ostajana, että voisin hyvinkin ostaa netistä keittiön, koska ne on kaikki sitä samaa hyllyä ja saranoita ja laatikostoja, ei mitään eroja. Riippuu tietysti minkälaista haluaa. Jos niinku haluaa vaikka Virossa teettää täyspuusta kaapiston mittatilauksena, niin se on eri juttu. Mutta että kyllä kaikkia hanoja ja tommosia pystyy ihan ostaa netistä. Ja näin ollaan tehtykin. Huonekalut on sekalaisia hankintoja. Et kaupasta ja netistä. Ehkä jotain valaisimia voi helpostikin ostaa netistä. Jotain designvalaisimia halvemmalla ilman muuta. (Tarja, S-aineisto)

Tarja vaikuttaa käyttävän internetiä sekä kauppapaikkana että oman ”harjaantuneen” tietotaidon ylläpitämisen välineenä. Missään haastattelun vaiheessa Tarja ei kertonut ostavansa käytettyjä tavaroita. Yllä olevasta sitaattistakin käy ilmi, että hän ostaa internetistä uutta tavaraa kodin kunnostamiseen, sisustamiseen ja kalustamiseen.

Varastotilasta on asunnoissa ollut jatkuva pula. Vaikka sitä on jatkuvasti lisätty, ihmiset ovat tähän mennessä valittaneet säilytys- ja varastointitilojen niukkuudesta. Syynä on jatkuva tavaroiden lisääntyminen kodeissa ja ihmisten haluttomuus luopua olemassa olevasta tavarasta. Tähän voi olla syynä ihmisille tuleva syyllisyydentunto ja paha mieli, kun joutuu heittämään oman kodin tavaroita roskeen (Kinnunen 2017, 191). Tavaramäärien karsiminen ei ole helppo ja nopea toimi, vaan vaatii aikaa, tietoa, välineitä ja verkostoja sekä kuljettamista, valokuvaamista, soittelemista, kuljetusvälineiden lainaamista ja autolla ajoa pitkienkin matkojen päähän sukulaisten luokse tai omalle mökille (mt., 88). Kinnunen löysi aineistostaan monenlaisia luopumisen käytäntöjä: lahjoittaminen, myyminen, säilöminen, tuhoaminen, muuntaminen, vapauttaminen ja siirtäminen organisoituun jätehuoltoon. Luopumisen kanavina käytettiin ihmissuhteita, sosiaalista mediaa, lastenkotia ja muita organisaatioita, erilaisia varastoiksi käsitettäviä tiloja, polttamista sekä tavarain muuntamista uuteen käyttötarkoitukseen esimerkiksi leikkaamalla vaatteet matonkuteiksi ja niistä maton kutomista.

Onko nyt tulossa käänne säilytystilan tarpeen kasvuun? Internetin käytetyn tavarain kauppapaikkojen runsaus ja helppokäyttöisyys lieenee jo nyt tuonut tilaa monien kaappeihin ja kellareihin. Esimerkiksi tori.fi-sivuilla ilmoitusten määrä lisääntyi 60 prosenttia vuonna 2014 edelliseen vuoteen verrattuna. Tietoviikon verkkouutisten mukaan yli puolet myytävien tavarain ilmoituksista tori.fi-sivuilla löytyvät kodin piiristä: sisustus ja huonekalut, vaatteet ja kengät sekä lastentarvikkeet ja lelut (tivi.fi). Kierrätettävää tavaraa riittää. Esimerkiksi lapsenhuoneessa on noin 450 tavaraa, joista puolet on leikkikaluja ja noin viidesosa vaatteita (Lyytikäinen 2017). Erityisesti vaatteita lapset saavat käytettynä.

Näin voi päätellä myös tämän tutkimuksen haastateltavien puheista. Suurin osa heistä sanoi helpottuneensa, kun oli raivannut pois huonekaluja, kirjoja, muita tavaroita, leluja ja vaatteita. Vaatteita, erityisesti lasten vaatteita ja kirjoja saatettiin hankkia sen perusteella, mikä oli niiden jälleenmyyntiarvo, kuten Gregson ja Crewe (2003, 125) olivat havainneet. Näitä tavaroita on helppo myydä pois käytettynä. Haastateltavien puheiden perusteella tavarain luopuminen oli tehnyt kotitilasta toimivamman ja joidenkin mielestä miellyttävämmän silmälle. Tavarat olivat päätyneet useimmiten käytetyn tavarain kauppapaikkoihin verkkoon ja kirpputoreille. Niitä oli luovutettu

vastikkeetta SPR:n, UFF:n ja vaatekaupan keräyspisteisiin. Osa tavaroista oli annettu sukulaisille ja tuttaville. Vaikka kotia oli raivattu, kaikista tavaroista ei haluttu luopua kokonaan, vaan ne oli viety mökille, käyttöön tai edelleen varastoitavaksi. Niitä täytyy ”viilentää” (ks. sivu 33) sillä tavarihin liittyvät muistot estävät niistä kokonaan luopumista. Tästä esimerkin kertoi Juha:

Mä huomasin, kun tuli sellainen varmaan 30 vuotta vanha sellanen, se oli moderni silloin jo käytettynä ostettu sellasista palasista koottava nahkasohva, joka on mennyt risaks. Sitä on sitten käytetty kaikenlaisena. Korkeushyppyalustana ja muuna. Ja kun siitä piti päästä eroon, niin mä olin huomaavinani ainakin vanhemman pojan mielestä sitä ei voi poistaa. Hän sano, että hän voi sen joskus ottaa. Se on nyt sitten jossain liiterissä hapantumassa. Eikä se sitä koskaan ota. (Juha, S-aineisto)

Jotkut sanoivat, että eivät käy varastoituja tavaroita läpi muutoin kuin pakon edessä. Tällainen pakko on muuttaminen elämäntilanteessa tapahtuneen muutoksen jälkeen tai vain halusta vaihtaa asuntoa (Epp & Price 2010; Kinnunen 2017). Esimerkiksi Sanna sanoi, ettei ole sellainen, että säännöllisesti kävisi kaappejaan ja tavaravarastojaan läpi tarpeettomista tavaroista. ”Nii pitkään kun ovi vaan menee kiinni, nii kamaa tulee...” Säilytyskalusteet häivyttävät epäjärjestyksen sisälleen. Kun epäjärjestys ei ole näkyvissä, sitä ei ole (Bachelard 1964, 53). Mutta kun he muuttivat omakotitalosta Lahden keskustaan, joutui koko perhe arvioimaan tavaratarpeensa. Heidän 14-vuotias poikansakin vei yhdeksän jätessäkillistä pehmoleluja Lahden kierrätysmyymälään. Sanna vitsailikin: ”Siellon pehmolelupäivät varmaan, ne ilmottaa lehdessä: osta kolme saat kymmenen kaupan päälle.”

Päiville tavaroista luopuminen merkitsi kokonaan uuden elämänvaiheen alkamista:

Ekaks tuli sellanen miehen kuoleman jälkeeseen, että enhän minä voi luopua. Mutta sitten minä aattelin, että vitsit nyt pistettään elämä risaseks ja hankitaan uudet tavarat ympärille, että uus elämä alkais. Se oli elämäni viisaimpia päätöksiä. Että niinku pystyy luopumaan. (Päivi, S-aineisto)

Päivi oli joutunut myöhemmin hyvin erilaisen tilanteen eteen. Hän oli säilyttänyt poikiensa tavaroita lasten vaatteista lastenvaunuihin mummoksi tulemistä odotellessa. Mutta kun kotoa pois lähtenyt ja parisuhteessa elävä vanhempi poika sanoi, että heille riittää he kaksi ja koira, vuokrasi Päivi kirpputoripöydän pariksi viikoksi. Päivi siis joutui myymään mummoksi tulemisen haaveensa.

Puhuttaessa kalustamisesta ja sisustamisesta Ikeaa ei ilmeisesti voi sulkea pois keskustelusta. Niin kävi myös Paavilaiselle (2013, 76), kun hän haastatteli ja valokuvasi designesineistöä haastateltavien

kotona. Ikea sai kaikista 26:sta esille tulleesta tuotemerkeistä eniten mainintoja. Minä en kysymyksissäni maininnut mitään tiettyä kauppapaikkaa, mutta hyvin moni mainitsi Ikean, ja heillä oli siitä vahva mielipide. Sisustamistyyliissään tarkan Tarjan mukaan Ikean kalusteissa ei ole "mitään luonnetta". Vaikka Juhalla oli pääasiassa vanhoja ja ilmeisesti perintönä kulkevia huonekaluja ja hän sanoi pitävänsä käsin tehdyistä huonekaluista, hän puolusti myös Ikeaa. Hänen mielestään Ikea on huomattavasti mainettaan parempi, sillä siellä on "ihan hyviäkin huonekaluja, ja monet ovat ihan hyvän näköisiäkin". Hän kylläkin laittaisi kokoamisvaiheessa liimaa huonekalujen saumoihin, jotta ne pysyisivät paremmin koossa. Jossain vaiheessa hän oli ostanut lapsille hyllyjä, työpöytiä ja semmoisia. Lieneekö ostanut juuri Ikeasta ja vahvistanut niiden kestävyyttä liimaamalla? Aiemmin hän kylläkin sanoi, ettei "pyöri näissä Ikean tyyppisissä liikkeissä". Hän sanoi hermostuvansa niissä.

Juhan mielipiteeseen Maiju vastasi, että Ikeasta saa skandinaavista pelkistettyä tyyliä, jota ei välttämättä muualta löydä. Kuitenkin hänen mielestään Ikeassa asioidessa on oltava tarkkana ja katsottava muun muassa, mistä materiaalista kalusteet on tehty, sillä osa Ikean materiaaleista on "vähän rimpulaa". Kati oli joutunut toteamaan, että Ikeasta ostettu sukkalaatikko oli "ihan lastulevyppöppöä". Vaikka Marko sanoi ostavansa erilaisia tavaroita Ikeasta, oli myös hän pettynyt Ikean tuotteiden laatuun. Hän kertoi:

Ikea on just hyvä esimerkki. Pitää tosissaan tutkia, että mitä ostaa. Mä oon ostanu pari semmosta itse pitämään kaappia, jonka käyttöikä oli kuus kuukautta, niin on huijattu olo kautta se on asiakkaan halveeraamista semmonen huono laatu. Siis pitäis olla suoraan sanoen ongelmajätämäksu tommissa tuotteissa. (Marko, S-aineisto)

Kuitenkin Ikeaa pidetään edullisena ja siksi moni asioi siellä taloudellisten resurssien niukkuuden elämäntilanteessa aivan kuten Hakalan, Aution ja Toppisen (2015, 3) tutkimuksessakin kävi ilmi. Niin sanoivat tehneensä tai joutuneensa tekemään Markon lisäksi osa opiskelijoista sekä juuri valmistunutta omakotitaloa sisustava Miira.

Algarven suomalaisten kodeissa oli hyvin usein Ikean kalusteita ja muita kodin tarvikkeita. Ikean myymälöitä on kymmenissä maissa, erityisesti Euroopassa. Monet eurooppalaiset tuntevat Ikean valikoiman ja kalusteiden tyylin. Mielestäni Ikea kuuluu niihin kansainvälisiin asiantuntijajärjestelmiin, joista Giddens (2013) on kirjoittanut ja joihin kosmopoliittiset ihmiset voivat tukeutua ja luottaa.

Perinteisiä kauppoja käytetään ideoiden hakemiseen ja tuotteiden tarkasteluun, mutta hankinnat tehdään muualta. Saana sanoi, että jos hän huomaa lehdissä mielenkiintoisen kalusteen tai muun sisustustuotteen, hän saattaa mennä katsomaan sitä liikkeeseen.

Markon mielestä kivijalkakaupoissa on kestävyydeltään huonolaatuisia kalusteita. Tähän Aura kommentoi, että tavanomaisimpien huonekaluliikkeiden kuten Maskun, Sotkan ja Jyskin tuotteiden välillä ei ole paljon eroa muutoin kuin hinnassa. Ne kaikki tarjoavat "kultaista keskitietä" ja massatuotantotavaroita ja kaikilla on samanlaiset sesonkituotteet. Markon mielestä lyhytkestoisten sisustusmuodin mukaisten tuotteiden ostamisessa piilee vaara, sillä niihin sopivien ostosten täydentäminen on hankalaa.

Ne haastateltavat, jotka ottivat sohvan hankinnan esiin, olivat kaikki sitä mieltä, että sohva on parasta ostaa kivijalkakaupasta. Sohva ei voi ostaa koeistumatta sitä ensin. Jaanan mielestä sohva ostetaan "peffatuntumalla". Tarja sanoi käyttävänsä paljon verkon kauppapaikkoja. Hän kertoi haastattelun alkuvaiheilla, että olisi valmis tekemään itse kuormalavasta lähtien sohvan, mutta sitten myöhemmin sanoi, ettei olisi valmis ostamaan valmista sohva kuin kaupassa kokeilemalla. Tarkoittaako hän, että tarvittaessa hänkin käyttää kivijalkakauppaa huonekalujen kokeilupaikkana ja mahdollisesti hankkii kalusteen verkosta tai teettää sellaisen?

Perintönä saadut materiat ylläpitävät muistoja lapsuuden kodista tai muistuttavat niistä ihmisistä, joiden kodista nämä materiat ovat alun perin peräisin (Cieraad 2010, 95 sekä sivu 69). Puolella haastateltavista oli mainintoja joko perintönä tai muutoin saaduista huonekaluista ja muista sisustusesineistä. Joskus kuolemaa lähestyvät ihmiset harkitsevat tarkoin, kenelle lahjoittavat omia esineitään ja muuta materiaa. Marcouxin (2001, 231) mukaan kyse on investoinnista elämän jälkeiseen arvoasemaan rakastettujen esi-isien joukossa. Elämänsä loppuvaihetta elävät ihmiset haluavat olla varmoja, että lahjan saaja todella säilyttää heidän muistonsa tavarana välittämänä.

Suurin osa opiskelijoista oli kalustanut opiskelija-asuntonsa jopa pääsääntöisesti sukulaisten kalusteilla. Usein tällaisissa lahjoissa on kyse vähävaraisen opiskelijan tukemisesta (Ilmonen 2007, 322). Opiskelijat eivät halua laittaa opiskelija-asunnon kalustamiseen liikaa rahaa vaan suunnittelevat tulevaa opiskelijaelämän jälkeistä kotiaan. Opiskelijakoti on täten harjoituskoti. Sen viihtyvyyteen ja mukavuuteen kyllä kiinnitetään huomiota, mutta rahankäytön suhteen ollaan varovaisia. Kuitenkin perityistä ja lainatuista huonekaluista pidettiin huolta ja niitä haluttiin vaalia. Huolenpito kertoo halusta ylläpitää suhteita niihin ihmisiin, joilta tavarat on saatu lahjaksi (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 62).



Lahjoituksena saatuihin esineisiin liittyy myös ristiriitaa. Perintöesineet saattavat muistuttaa alkuperäisen omistajan, vaikkapa omien vanhempien, oudoista ja jopa vastenmielisistä tavoista ja uskomuksista. (Cieraad 2010, 97) Lisäksi lahjaesine ei välttämättä sovi omaan makuun ja sisustamisen tyyliin.

Se on vähän hankala just niissä lahjoissa ku koittaa ite noudattaa sitä, ettei turhaan keräis tavaraa ja pitäis kaiken niinku simppeleinä. Mut lahjoja ei jotenkin raaski antaa eteenpäin tai myydä. Kun ne on lahjoja sit niitä tulee ehkä säilöttyäkin sellaisia, mitä ite ei halua laittaa esille. (Hanna, S-aineisto)

Tarpeettomasta tavarasta luopuminen on joskus vaikeaa. Ei riitä, että tavara on aineellisessa mielessä rikkinäinen, vaan sen pitää irtautua myös tavarana ja ihmisen välisestä suhteesta. Siis tämän suhteen pitää mennä rikki. (Kinnunen 2017, 191) Tästä syystä tavaroita pidetään potentiaalisen käytön tilassa (Pekkonen 2009, 27) ja ne varastoidaan odottamaan sopivaa luopumisen ajankohtaa.

Jos suosii hyvin tehtyjä huonekaluja, niitä voi aika ajoin entisöidä ja kunnostaa. Kunnostettaessa ja entisöitäessä esineet kommunikoivat huoltajansa kanssa historiastaan ja siihen liittyvistä ihmisistä. Tällaiset käytännöt siten ylläpitävät esineisiin liittyviä tarinoita ja ihmissuhteita (Cieraad 2010, 97; (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 62). Juhan mielestä vanhat huonekalut eivät mitään entisöintiä välttämättä kaipaakaan. Joidenkin mielestä aidoista luonnon materiaaleista valmistetut kalusteet kuluvat kauniisti. Niihin tulee ajan kulumisesta kertovaa patinaa (McCracken 1988, 32). Maiju ja Sirkka-Liisa sanoivat teettäneensä entisöintitöitä ja myös suunnittelivat antavansa huonekaluja entisöitäväksi. Sirkka-Liisa oli jokin aika sitten ostanut kierrätyksestä ruokapöydän, josta hänelle oli tehty askartelupöytä jalkoja lyhentämällä. Se hiottiin, maalattiin punaiseksi, ja hänen puolisonsa laitto jalkojen alle pyörät, koska pöytä oli hyvin painava. Sirkka-Liisa oli sijoittanut pöydän sohvan eteen. Siitä oli tullut hänen lempipaikkansa: "... mä rakastan sitä tilaa, kun se on ihan mun ja siinä on kaikki tässä näin käden ulottuvilla."

Osa haastateltavista kertoi ostaneensa käytettynä tällaisia huonekaluja. Joidenkin huolella tehtyjen tavaroiden elämä voi jatkua loputtomiin. Välillä niiden arvo uinuu, kunnes joku keksii ja löytää ne uudelleen (Gregson & Crewe 2003, 146). Käytettyjen tavaroiden markkinoilla toisen henkilön tarpeeton tavara saattaa toisen henkilön kotona nousta arvoon arvaamattomaan. Juha, Sanna, Julius, Päivi, Kati ja Miira olivat itse kunnostaneet vanhoja huonekaluja joko olemassa olevia omia kalusteita tai ostaneet käytettynä ja sitten kunnostaneet niitä. Kunnostaminen voidaan nähdä omaksumisprosessina ja tavaroiden muuntamisena jonkun toisen omaisuudesta oman kodin osaksi (Ilmonen 2007, 297). Haastatteluun osallistuneet henkilöt vaikuttivat olevan hyvin taitavia käsistään.

He kertoivat vanhan pinnoitteen hiomisesta, korjailuista, uuden pinnoitteen laittamisesta ja verhoilemisesta. Esimerkiksi Sanna sanoi, että vaikka hänellä olisi paljon rahaa, hän ei ostaisi sohvaa lukuun ottamatta mitään huonekalua uutena.

Et esimerkiksi mulla on mejän keittiön tuolit, ne on kaksyt vuotta sitten mä oon jostain kierrätyksestä ne [hankkinut] ja käsitelly ne. Ja sit mä vaan korjaan. Ne on kunnan vanhat puutuolit. Mullon nää pehmusteet erilaiset, niitä voi ostaa kaikenlaisia ihania. (Sanna, S-aineisto)

Katilla odotti yksi pöytä hiomista ja viimeistelyä. Hän sanoi entisöinnin olevan yksi hänen harrastuksistaan. Näissä voi olla kyse myös kotitarinan kertomisesta (Fuentes 2011, 242) ja omaan identiteettiin liittyvien taitojen esittelystä toisille ihmisille. Kunnostamalla käytettyjä kalusteita voi myös pelkästään säästää rahaa. Esimerkiksi kun Miiran pikkupojalle etsittiin lastensängyä, lapsi sanoi haluavansa punaisen sängyn. He ostivat verkkokaupasta parilla kymptä käytetyn sängyn ja maalasivat sen punaiseksi. Lasten tavaroita kierrätetäänkin hyvin paljon ja niitä myydään eteenpäin. Lapset kasvavat niin nopeasti, että heidän käyttötarpeensa jälkeen tavaroilla on paljon jäännösarvoa, kuten Gregson ja Crewe (2003, 125) asian ilmaisevat.

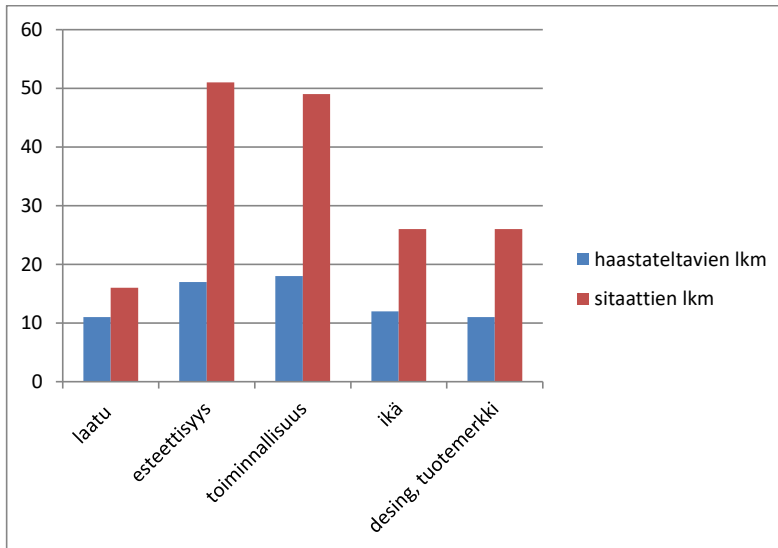
### 6.3.MATERIAN OMINAISUUDET

Tämän tutkimuksen haastateltavat saivat vapaasti kertoa heille merkityksellisistä materian ominaisuuksista. Etukäteen oletin heidän mainitsevan

- rationaaliset ominaisuudet: laadun, kestävyys ja toiminnallisuuden, kuten monikäyttöisyyden, helppohoitoisuuden;
- hintaa tai hinta-laatusuhde;
- institutionaaliset ominaisuudet: tuotemerkin, designin, muotoilutyylin;
- esteettiset ominaisuudet: ulkonäön, tyylin, muodon, aistittavuuden;
- eettiset ominaisuudet: esimerkiksi ei sademetsäpuuta;
- ajanmukaisuus: uutuuden, muodin, trendit.

Kuvassa 12 olen esittänyt pylväsdigrammina punaisina pylväinä mainituiksi tulneiden tuuteominaisuuksien sitaattien määrät. Sinisillä pylväillä kuvataan niiden haastateltavien määrää, jotka mainitsivat tietyn tuuteominaisuuden. Kuvasta voi päätellä, että esteettisyys ja toiminnallisuus ovat tärkeimpinä pidettyjä ominaisuuksia. Vaikka toiminnallisuuden mainitsi hieman useampi haastateltava kuin esteettisyyden, oli esteettisyys heille suhteessa merkityksellisempi kuin toiminnallisuus. Laatu, kestävyys, sai suhteellisen vähän mainintoja verrattuna esimerkiksi Hakalan,

Aution ja Toppisen (2015) tutkimukseen. Tosin tuossa tutkimuksessa tarkastelun kohteena olivat pelkästään puuhuonekalut, tässä tutkimuksessa ylipäätään sisustusmateria.



Kuva 12. Haastateltavien tärkeinä pitämät sisustustuoteominaisuudet (168 sitaattia, 22 haastateltavaa)

Hintaa tai hinta-laatusuhdetta ei mainittu eikä myöskään eettisyyttä. Eettisyys tuli esiin vain hankintatavassa, kierrätyksen suosimisessa ja entisöinnissä. Uotilan (2014, 71–72) mukaan kuluttajille on numeerista hintaa tärkeämpää myönteinen mielikuva, joka ostoksesta jää mieleen. Myönteinen arvio hinnasta jää, jos kuluttaja kokee saaneensa ostokset edullisemmin kuin mitä niiden normaali hinta olisi ollut tai mitä ne olisivat maksaneet toisessa kauppapaikassa. Myös kauppaympäristö vaikuttaa hintamielikuvaan. Tämän tutkimuksen haastateltavat puhuivat Ikeasta, kierrätyskeskuksesta, verkkokaupoista ja joistakin sisustusliikkeistä nimeltä mainiten. Kertomuksissa oli kyse hintamielikuvasta ja kauppavalikoiman mielikuvasta kuten Aura kertoi:

Nää suurimmat kauppaketjut mitä meillä Suomessa on Jyskit, Sotkat, Maskut ja näin pois päin, tuotteitten eroavaisuudet ei oo niin kauheen isot. Elikkä hinnoissa kyllä on eroja todella paljon. Mutta se että yritetään tehdä semmosta massatuotantoa. Välillä löytyy helmiä. Mut liian paljon on tollasta kultasta keskitietä, miellyttää joitain ihmisiä. Et mennään sellasella hirveen varovaisella linjauksella. Ja sit niinku jengi ajattelee, et ei oo mitään muuta ku tätä keskialuetta ja turvallista. Elikkä pitäis saada enemmän variaatioita näihin suuriin ketjuihin

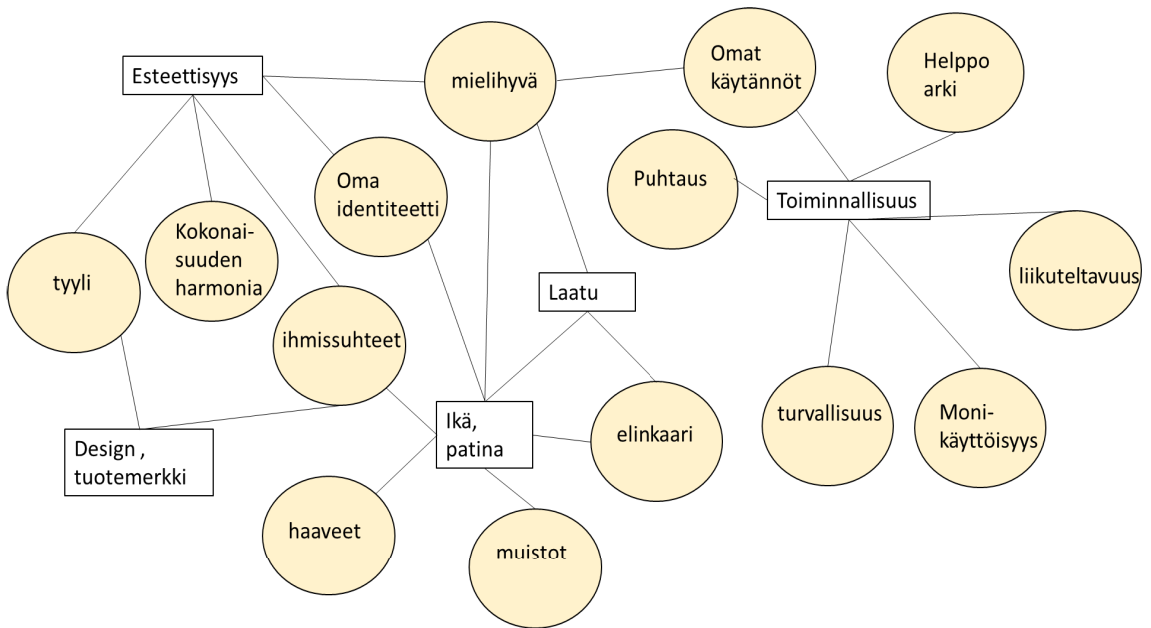
myytyä sitä. Et ne ottais sitä valikoimiinsa. Jotain muutakin kuin sitä sesonki kamaa. (Aura, S-aineisto)

Mahdollisesti haastattelutilanne oli liian kaukana itse ostotapahtumasta. Lisäksi koska haastattelut tehtiin haastateltavien kotien ulkopuolella, haastattelun aikana mikään materia ei voinut toimia muistutuksena ostotapahtumasta. Jokunen yksittäinen ostos tuli esille, kuten Markon puusta veistetyin karhun ostotapahtuma: ”...siihen palo ihan kohtuuttomasti rahaa se makso parisataa euroa”. Tuolle ostokselle ei kuitenkaan ollut vertailuhintaa, sillä se oli ainutlaatuinen käsityö. Marko kykeni ainoastaan vertaamaan hintaa omiin rahavaroihinsa.

Sisustustuotteilta toivottiin useammanlaisia ominaisuuksia samanaikaisesti. Tarjan makumaailmassa yhdistyvät toiminnallisuus ja esteettisyys sekä ajanmukaiset trendit ja ajattomuus.

Kun ajattelee erilaisia huonekaluja, siis kaappeja, tuoleja, sohvia. Niillä on kaikilla erilainen käyttötarkoitus tai funktio. Tietysti sen ulkonäön pitää miellyttää ensinnäkin. Ja pitää sen toimiakin sen mööbelin... Juttu on ainakin se funktionaalisuus. Kaikissa niissä esineissä ja jotenkin semmonen, en nyt voi sanoa, mut ajattomuus, se voi olla klassikko, mut se voi olla Ikeaaki. Ne on siellä, kun vaan värimaailma kohtaa ja tavallaan tyyli nyt pikkasen, niin ne on siellä sovussa. (Tarja, S-aineisto)

Materiaan merkityksellisyys ei useinkaan perustu yhteen ominaisuuteen. Esimerkiksi nuorille suomalaisille ja saksalaisille kuluttajille tehdyssä haastattelututkimuksessa (Hakala, Autio et al. 2015) puuhuonekalujen tärkeimmät tuoteominaisuudet olivat hinta, ulkonäkö ja laatu. Laatu tarkoitti sitä, että puuhuonekalut olivat kulutusta ja aikaa kestäviä ja niitä oli mahdollista kunnostaa tulevaisuudessa. Toiminnallisuus ja ekologisuus olivat seuraavaksi tärkeimpiä ominaisuuksia. Taloudellisten syiden perusteella nämä nuoret päätyivät usein ostamaan Ikean huonekaluja, vaikka heillä olisi ollut huonojakin kokemuksia Ikean kalusteista. Perityissä puuhuonekaluissa oli tunnearvoa, sillä ne pitivät sisällään perhe- ja sukusiteitä. Ne ilmensivät henkilön omaa historiaa.



Kuva 13. Koodiverkosto tuoteominaisuuksien merkityksistä

Yllä olevan kuvan perusteellakin voi päätellä, että toiminnallisuudella ja esteettisyydellä on keskeinen merkitys. Seuraavassa kerron tarkemmin tuoteominaisuuksiin liittyvistä merkityksistä.

Sisustusmateriaan toiminnallisuus oli tutkimuksessa hyvin keskeistä. Toiminnallisuuden korostuminen ilmeni myös Paavilaisen (2013, 58) tutkimuksessa. Jokainen haastateltava kertoi, että talouteen oli hankittu muotoiltuja käyttöesineitä sen perusteella, miten hyvin ne sopivat yhteen kodin arkisten toimintojen kanssa – eikä siis sisustukseen sopivuuden perusteella! Tämä on erityisen huomionarvoista, sillä Paavilaisen aineiston 17 kotitaloudesta viisi haastateltavaa oli muotoilun ammattilaisia.

Toiminnallisuus-ominaisuuden keskeisyys ei kuitenkaan tarkoita, että tavara olisi hankittu rationaaliseksi luokiteltavalla tavalla. Foxallin, Goldsmithin ja Brownin (1998, 30–32; ks. myös Raijas 1997, 22–23) mukaan suurin osa ostotapahtumista tehdään vähäisin ponnistuksin ja rutiininomaisesti. Esimerkiksi tiedon hankinta ja vaihtoehtojen punninta on vähäistä jopa kestokulutustavaroiden kuten huonekalujen ja autojen sekä kalliiden lääkäripalvelujen ostotilanteissa. Valintaan vaikuttavat sen sijaan omat kokemukset ja ostotilanteen tarjoamat virikkeet. Tällöin voi olla kyseessä myös riskiostaminen yrityksen ja erehdyksen kautta.

Ei ole kuitenkaan itsestään selvää, halutaanko sohvan, nojatuolin, ruokapöydän tuolien olevan hyviä istua. Sirpa sanoi, että aiemmin hänelle esteettisyys oli aina mennyt käytännöllisyyden edelle. Pyykinpesukoneenkin hän oli valinnut esteettisyyden perusteella. Mutta nyt iän myötä hän oli joutunut myöntämään itselleen, että hän haluaakin istua vähän mukavammin eikä vain kauniilla tuolilla. Jos nojatuoli osoittautuukin hyväksi istua, siitä tulee niin mieluinen, että siitä ei hennoisi luopua edes entisöinnin ajaksi. Näin Maijulle oli käynyt. Tosin Maijun nojatuoli houkutteli istumaan myös ja ehkäpä erityisesti siksi, että siihen liittyi monenlaisia muistoja.

Toiminnallinen monikäyttöisyys oli yleensä huomioitu niin, että ruokapöytää voi jatkaa ja sohvasta sai vierasvuoteen. Markolla oli hyvin omanlainen käsitys monikäyttöisyydestä. Hänellä suurin osa huonekaluista oli pyörillä. Niinpä hän sanoi voivansa tehdä pienestäkin huoneesta ison huoneen työntämällä kaikki huonekalut naapurihuoneeseen. Tilapäisesti hän pystyi tekemään olohuoneesta studion ihan hetkessä. Minimalismiin pyrkivällä Juliuksella oli opiskelijakodissaan vähän pienesineitä. Niissä yhdistyivät esteettisyys, läheiset ihmissuhteet, tyyli ja käytettävyys.

Auran mielestä koko asuintilan tulee olla toimiva kotona pyörätuolilla liikuttaessa. Niin ajatteli myös Sirkka-Liisa. Hänen kotinsa oli 22,5 neliön kokoinen. Kotieläimiä omistavat haastateltavat kiinnittivät huomiota huonekalujen ja lattian pintamateriaaleihin. Niiden tuli olla helposti puhdistettavia, mielellään kynsimisen kestäviä ja sellaisia, että karvat eivät liiaksi pistä silmään. Joillekin käytännöllisyys tarkoitti sellaisia huonekalujen verhoilukankaita, että ne voi itse pestä. Käsitöiden tekijöille nojatuolin ja sohvan hyvä istuttavuus olivat haluttuja ominaisuuksia.

Toista lastaan odottava Miira eli pikkulapsiperheen arkea juuri valmistuneessa omakotitalossaan. Hänen elämäntilanteestaan johtunee se, että käytännöllisyys oli haastatteluhetkellä kaiken hänen sisustamisensa ja asumisensa johtoajatus.

Juha, Sirpa, Tarja, Anna ja Päivi olivat sitä mieltä, että vanhat, käsintehdyt huonekalut on tehty kestäväksi. Monesti kestävät huonekalut ovat kalliita. Esimerkiksi Hannan mielestä sohvassa hinta ja laatu kulkevat käsi kädessä. Kuitenkaan kestäviä huonekaluja eikä edes kodinkoneita tarvitse välttämättä ostaa uutena, kuten Kati totesi.

No meillon kyllä se, että siinä mielessä vähän laatua, että se kestäisi pitempään. Ku aina se halpa ei tuu kaikkein halvimmaksi kuitenkaan. Et mieluummin sit ostaa käytettynä laadukkaamman, vähän käytetyn laadukkaamman, kun että ostaa uuden jonkun pilipali. Olipahan nyt kyse kodinkoneesta tai jostain muusta sohvasta mitä nyt näitä onkaan... Nytku mie ostin tori.fistä oikeen jämerän pöydän nyt meille. Ja

se on nyt, että pinta hiotaan ja laitetaan. Siitä on meille moneks vuotta pöytää. (Kati, S-aineisto)

Kestävyys voi tarkoittaa myös visuaalisesti kestävää. Päivin mielestä trendiä seuraamalla ei saa omalle silmälle kestävää sisustusta.

Kun näitä sisustustrendejä tulee ja menee. Ja jotkut voi olla hyvinkin semmosia räikeitä. Jossain vaiheessa ku tapettejaki ku katottiin, ni just että voinko minä kattoo tota kuvioita seuraavat kymmenen vuotta tai viistoista vuotta, jos se on hyvin semmonen hyppäävä. Tai nii, että sen pitäis olla suht sellainen, että mieluummin tekstiileillä ja tällä laittaa sitä sisustusta. Sitä on helpompi muuttaa, kuin että lähetään joku seinä tekemään jollain ihan ihmeellisellä. Kun se voi olla, että se on kahen vuoden päästä ihan out. (Päivi, S-aineisto)

Vaikutti, että hinta ja taloudellisesti järkevä ostos olivat piilevästi mukana näissä kertomuksissa. Hinta-laatusuhteeltaan järkevästi hankittu tavara kestää käyttöä ja muodin muutoksia.

Sisustustuotteet muodostavat yhdessä kodin sisustuksen, jonka monen haastateltavan mielestä tuli olla esteettisesti yhtenäisen näköinen. Materian kokemiseen esteettisenä vaikuttavat Clarken (2002, 147) mukaan paitsi toiset ihmiset myös koko asunto kaikkine muine materiaaleineen. Joillekin haastateltaville riitti värien yhteneväisyys, toiset vaativat koko kotitilan muodostavan harmonisen kokonaisuuden, josta muodostuu tietty kodin tunnelma. Maijulle koko sisustus oli tärkeä.

Sisustus ja värit ja sitten se, että ikään kuin ne kaikki kalusteet ja se muu ympäristö ja ne muut koriste-esineet, ne muodostaa sellaisia pieniä kokonaisuuksia. Sinne ympäri asuntoa. Että jos sinä katsot johonkin suuntaan, se miellyttää sua. Ja kattot toiseen suuntaan ja sekin miellyttää sua. (Maiju, S-aineisto)

Tavaroiden yhteenkuuluvuuden Diderot-efekti (McCracken 1988, 118) tuli hauskaasti esille, kun Marko kertoi uuden sohvan tulosta kotiinsa. Markolta meni sohva rikki, koska se ei kestänyt hänen painoaan. Tilalle uudeksi sohvaksi hän löysi moduulisohvan kaksi osaa, joita vahvistamalla hänen isänsä teki Markolle sohvan. Tämä sohva oli musta. Nyt hänen silmiinsä pisti uuden sohvan vieressä oleva vaalea taivaansininen sohva:

Se on niinku transvestiitti vaalean punaisessa maailmassa. Hohhoijakkaa. Se niinku lähtee sieltä ennen syksyä. Ihan varmasti. (Marko, S-aineisto)

Vaikka tämä sisustamisprojekti lähti liikkeelle järkiperaisesti eli rikki menneen huonekalun tilalle piti saada uusi, johti se tunneperäisten seikkojen aktivoitumiseen ja sysäsi liikkeelle sisustamisen uudelleen järjestelyn. Esteettisyys ei piile siten pelkästään yhdessä esineessä, vaan esineiden muodostaman kokonaisuuden tulee antaa yhtenäinen esteettinen vaikutelma.

Marja ei paljon paneutunut toiminnallisuuteen, vaan kun tarve ilmeni ja hän oli katsellut jo jonkin aikaa rikkiäistä tavaraa, hän meni näköaisti edellä hankinnoissa:

Mulla voi se ulkonäkö mennä joskus sen käytännöllisyyden edelle. Valitettavasti.

Jos on valittava. Toi on sen näkönen, tosta mä tykkään. Ja käytännössä sitten ei ookaan hyvä istua niin so what. Se valitaan silti. (Marja, S-aineisto)

Juliuksen sisustamisen tyyli oli harkittu aistillinen minimalismi. Ainoat koriste-esineet hänen kotonaan olivat äidin tekemä maljakko ja pelkästään koristearvon omaava designsitruspuserin [ilmeisesti Alessin sitruspuserin]. Hänen tyyliinsä ulottui kalusteista ja muista tavaroista tilan tuntuun, eteerisiin öljyihin, aromaterapiaan, rentouttavaan valaistukseen, meditointiin ja riittävään yöuneen – sielun ja ruumiin hemmottelua tilassa. Kaikki kotona oli harkittua, tyylikästä ja toimivaa. Julius sanoi saaneensa tyylitajun taiteen maisteriäidin maidossa.

Auran kotona eri huoneet oli sisustettu eri tyyllillä ja hyvin eksoottisesti. Makuuhuoneessa oli intialaista, olohuoneessa "nuorekkaampaa" ja keittiössä italialaistyylistä. Yhtään valkoista seinää hänen kodissaan ei ole. Osa seinistä oli maalattu violetiksi ja osa hopean sävyiseksi. Keittiössä oli "roomanpunainen" seinä. Hänellä oli keittiössä myös oman luontouskontonsa alttari, mihin oli sijoitettu jumalfiguureja, paljon valokuvia ja mausteita. Hän mielellään esitteli omaa rohkeaa sisustamisen tyyliään ystävilleen ja hänen luokseen hoitoihin tuleville asiakkaille.

Tässä tutkimuksessa mainittiin todella vähän eri tuotemerkkejä Paavilaisen (2013, 75) tutkimukseen nähden. Paavilaisen mukaan muotoiltu (*designed*) esine ei välttämättä ole trendikäs tai muodissa. Design on monesti tyyllillisesti ajaton. Ajattomuudesta johtuen esineitä kannattaa korjata, jos niihin tulee vaurioita tai ne menevät rikki. Hänen haastattelemisissaan kodeissa oli kalusteita, koriste-esineitä, astioita ja muita esineitä keskimäärin yli 20 eri tuotemerkillä tai suunnittelijan, markkinoijan tai valmistajan nimellä. Paavilaisen tutkimus käsitteli nimenomaan muotoiltuja käyttöesineitä. Kuten tämän luvun alussa kirjoitin, näihin valmistajan, muotoilijan tai markkinoijan tuotteille suunnitteleminen ominaisuuksien päälle kuluttajat liittävät omat merkityksisänsä, joita ei voida aavistaa eikä suunnitella etukäteen.



Oletettavasti tämänkin tutkimuksen haastateltavilla oli kotonaan esineitä usean tuotemerkin alla. Koska arkiset rutiinit eivät ole aktiivisesti mielessä (Schwarz & Oyserman 2001, 137), eivät myöskään niihin liittyvät esineet ole. Kodin esineet ja muu materia muuttuvat näkymättömäksi kodin kehykseksi. Millerin (2010, 50) mukaan niiden vaikutus kuluttajaan on vahva juuri siksi, että niiden olemassaoloa ei aktiivisesti huomata. Tavaramaailma toimii sekä käyttäytymisen näyttämönä että ylläpitää käytäntöjä kaiken aikaa. Tämän Paavilainenkin vahvisti, sillä kun designesine oli hyvin omaksuttu osaksi kotia ja se oli löytänyt paikkansa ja tehtävänsä kodissa, siihen ei enää kiinnitetty juurikaan huomiota (Paavilainen 2013, 256).

Tarja kertoi seuraavansa sisustustrendejä. Hän sanoi, että vaikka hän oli sisustanut kodin itselleen ja perheelleen, se saattoi muistuttaa huonekaluliikettä tai näyttelytilaa. Kuormalavoista tehtyjä sänkyjä ja sohvia on ollut sisustuslehdissä. Ne ovat olleet sisustusmuotia. Siinä missä Tarjan täytyi kymmenen vuotta sitten saada ”viiden tonnin Natuzzi-sohva”, hän voisi nyt teettää sohvan tehdas- tai jätämateriaalista eli kuormalavasta. Nyt Tarja sanoi inhoavansa sitä Natuzzin sohvia. Hän pohti, kuka sellaisen voisi häneltä ostaa käytettynä. Kaiken lisäksi hän ja hänen miehensä olivat aikanaan laittaneet ison rahasumman siihen sohvaan:

Mullon ehkä muuttunu käsitykset, että kymmenen vuotta sitten piti saada se viiden tonnin Natuzzi sohva, niin nyt mä voisin tehdä sohvan vaikka kuormalavojen päälle. Just katottiin töissä, kun joku oli tehnyt lavat alle, päällystetty jotain. Ihan hyvin kelpais (hänellekin), koska mä inhoon sitä Natuzzin sohvia. Kuka sellasen sitten ostaa käytettynä multa. Me ollaan hirvee raha siihen laitettu. (Tarja, S-aineisto)

Pieniä designesineitä löytyi ainakin Markon ja Tiinan, Juliuksen ja Neean kotoa. Tekstiileistä Maiju ja Kati mainitsivat Marimekon ja Vallilan. Mutta mielestäni haastateltavat puhuivat vain vähän designista tai tuotemerkeistä. Ainoastaan Ikea tai Ikean huonekalut mainittiin usein, mistä syystä kirjoitin siitä erillisen kappaleen.

Joskus huonekaluun liitetty merkitys voi olla hyvin inhimillinen. Maijulla oli kaksi käytettynä ostettua nojatuolia. Hänestä molemmat olivat ”ihanan näköisiä”. Kuitenkin toinen oli hänen suosikkinsa. Siinä oli hyvä istua ja siihen liittyi paljon muistoja ja ”muuta”. Hän havahtui monesti istuvansa juuri suosikkituolillaan. Maiju epäili nojatuolin yrittävän ostaa hänen suosiotaan. Ingström (2014, 65) kirjoittaa esineiden animismista, sielullistamisesta: siitä, että asuessaan ja käyttäessään esineitä ihmisen muistot, tunteet ja aistikokemukset siirtyvät vähitellen esineisiin muodostaen niille sielun. Maijun nojatuoli oli jo mitä ilmeisemmin saanut sielun.

Annalle kodissa tuli olla esineiden mukana tulevia tarinoita, muuten koti olisi hengetön. Vaikkapa isoäidin vanha pöytä oli sellainen:

Itelle ehkä kans semmonen, että saa siitä kotoisan. Ettei se ole sellainen hengetön. Ja siihen ehkä vaikuttaa, että on jotain että mulla on isoäidin vanha pöytä. Tai jotain tällamöisiä, jotenkin että jos niillä on tarina tai ne on tullu joltain muulta, niin niistä tulee kotoisuutta. Kuten sit semmoset kylmät designtuotteet. Tottakai niissäkin voi olla kivoja, mutta se on ehkä. Ja sitten ehkä tietty jos kutsuu vaikka kavereita käymään, niin se on kiva asia, että on semmonen viihtysä paikka. (Anna, S-aineisto)

Mielenkiintoista oli myös se, mikä on uusi ja mikä vanha. Juhalla oli enimmäkseen vanhoja perintönä tulleita huonekaluja. Hän sanoi, että hänen äitinsäkään ei aikanaan ostanut huonekaluja. Kun hän puhui uudemmista huonekaluista, hän mainitsi noin 30 vuotta sitten ostetun nahkasohvan.

Myös koehaastatteluun osallistuneet sisustamisen ammattilaiset tuntuivat arvostavan vanhoja huonekaluja omassa kodissaan ja kannustavansa asiakkaitaan jättämään vanhoja kalusteita uuteenkin sisustukseen. Sisustussuunnittelija Viivi muutti miehensä kanssa isosta omakotitalosta pienempään kerrostaloasuntoon lasten aikuistuttua. Hän sisusti sekä oman uuden kotinsa että lastensa kodit käytetyillä huonekaluilla ja muilla sisustustavaroilla. Myös Ilse viihtyi kotonaan hyvin tehtyjen, kestävien ja silmää miellyttävien vanhojen huonekalujen keskellä. Hän vaikutti kääntävän käsityksen vanhojen perittyjen huonekalujen merkityksestä ihmiselämälle. Hänen elämisensä huonekalun kanssa oli merkityksellinen huonekalun elämänsäkaarelle. Ilsestä oli kivaa, kun hän pääsee olemaan mukana jonkun tällaisen huonekalun ihmiselämää pidemmälle elinkaarella.

Mulle tavara on tavaraa. Vaikka ne huonekalut on kivoja, ne ovat tulleet vaarilta tai kummitädiltä ja peräisin jostain 30- tai 40-luvulta ja sitten joskus ne matkaa eteenpäin. Eihän ne siihen niinku jää. Minusta se on kivaa, että ne on ollut aikaisemmin jossain muualla, nyt ne ovat täällä ja joskus ne menee jonnekin muualle. Minusta on kivaa, että koti ei ole sillai valmis, vaan ne kalusteet ovat 'on the road'. (Ilse, S-koehaastattelu)

Vaikka Maijun nojatuoleihin ei liittynyt pitkäaikaaisia muistoja esimerkiksi hänen lapsuuden kodistaan, oli niihin ehtinyt syntyä ainutlaatuisia merkityksiä. Jotkut haastateltavat suunnittelivat hankkivansa vanhoja huonekaluja tulevaisuuden kotiinsa ja kehittävänsä huonekaluille tarinan, jos niillä ei ole jo sellaista. Tämä aineisto ei siten tue Cieraadin (2010, 99) tutkimuksestaan tekemiä johtopäätöksiä. Cieraad väittää, että koska tänä päivänä yhä vähemmän esineistöä, mukaan lukien

huonekalut, menee perintönä sukupolvelta toiselle, esineistön käyttämisen kautta niihin liittyneet merkitykset helposti unohdetaan, koska käytännöstä muistuttavia esineitä ei enää ole. Modernimmat huonekalut eivät kestä yli ihmisiän. Niinpä Cieraadin mukaan käytetyn tavaran<sup>13</sup> kauppapaikat vähitellen hiipuvat myytävän tavaran loppumisen myötä. Tämäkään väite ei tämän tutkimuksen tulosten valossa pidä paikkaansa. Sen sijaan tämä tutkimus tukee yhtä Cieraadin (2010, 96) johtopäätöstä: jotkut hankkivat käytettyjä kalusteita, antiikkia tai designesineitä korvikkeeksi siitä, että heillä ei ole mahdollisuutta saada perintönä mitään tavaraa. Tällä tavoin kuluttaja voi kuvitteellisesti liittää itsensä ja oman kotinsa jollekin historialliselle perinteelle ja ajanjaksolle (vertaa Miller 2009, 168). On myös otettava huomioon se, että Suomen markkinoilla ei ole paljon sukupolvelta toiselle periytyvää esineistöä. Suuri osa Suomen kotitalouksista oli köyhää pitkälle 1900-luvulla (Heinonen 2007).

Kun ympäristö muuttuu jatkuvasti ja koko ajan tulee uusia innovaatioita erityisesti tietotekniikassa, syntyy tarve hankkia kotiin tavaroita, joiden kaupallinen tai tekninen parasta ennen -päivämäärä ei mene kohta umpeen. Nostalgian kaipuu saattaa perustua myös tyytymättömyyteen tämänhetkiseen tilanteeseen. (Rybczynski 1987, 9). Tällöin kodin tunne tai osa siitä sijoittuu epämääräisen menneisyyden haaveisiin.

Tarinoiden kehittämiseksi ajan tuoma patina antaa vinkkejä tavaran elinkaaren vaiheista. Esineiden ajan patinaan liittyy siis muutakin kuin se, kuka niitä on käyttänyt ja miten. Patina kertyy hienoina ikääntymisen merkkeinä esineen, kalusteen tai muun tavaran pintaan. Patina voi kertoa tavaran omistajan arvoasemasta, sillä patinan kehittyminen vaatii pitkää omistusaikaa mahdollisesti sukupolvien ajan (McCracken 1988, 36). Volontén (2010, 116–117) mukaan esineiden muotoilu kertoo niiden aikakaudesta, mihin käyttötarkoitukseen esineet on suunniteltu sekä mitä sosiaalisia normeja ja käytäntöjä ne edustavat. Koska käytännöt muuttuvat ajassa, myös käytäntöihin suunnitellut tuotteet muuttuvat, kuten tuolin kehityskulun tarkastelussani tuli esiin (ks. sivu 61).

#### 6.4. SOSIAALISEN KANSSAKÄYMISEN HUONEKALUT

Ihmissuhteet liittyivät merkitysten rakentumiseen tavalla tai toisella riippumatta siitä, mitä tuoteominaisuutta haastateltavat painottivat. Tämä oli odotettavaakin. Aiemmista tutkimuksista (Gram-Hanssen & Bech-Danielsen 2004; Money 2007; Hurdley 2006; Ilmonen 2007) tiedetään myös, että kotona olevat pienesineet ilmentävät ihmissuhteita. Tässä tutkimuksessa ihmissuhteet tulivat kuitenkin piilevästi esiin myös huonekaluista puhuttaessa. En pyytänyt haastateltavia

---

<sup>13</sup> Cieraad puhuu *Charity shops* kauppapaikoista

luettelemaan kotinsa huonekaluja ja muita tavaroita tai esineitä. Materian ominaisuus -kysymysten kautta huonekaluista tuli mainintoja haastateltavien puheissa. Poimin litteroiduista teksteistä kaikki sanat sohva, nojatuoli, tuoli, ruokapöytä, pöytä, sänky, kaappi ja hylly. Näitä sanoja esiintyi yhteensä 210 kertaa. Taulukkoon 2 sanoihin pöytä ja tuoli en lukenut mukaan teksteissä esiintyneitä yhdyssanoja nojatuoli tai ruokapöytä, vaan kirjasin ne erikseen. Kaikenlaisten tuolien yhteinen esiintymismäärä on 41 ja kaikkien pöytien 43. Sanojen esiintymisen lukumäärät ovat taulukossa alla. Lyhenne R tarkoittaa ryhmähaastattelua.

Puheiden perusteella sohvalla on keskeinen merkitys kodista ja kodin sisustuksesta puhuttaessa. Tämän päivän asumisen normiin kuuluu sohva olohuoneessa (Sarantola-Weiss 2003). Mikäli sitä ei hankita, joudutaan tämä ratkaisu usein erikseen perustelemaan. Vaikuttaa myös siltä, että sohvahan hankintaan kiinnitetään paljon huomiota. Muun muassa Lahdessa tehtyyn haastatteluun osallistunut Jaana sanoi, että sohvavaihtoehdot on ehdottomasti koeistuttava huonekaluliikkeessä. Vanhoja huonekaluja suosinut Maija-Stiina sanoi taipuneensa ostamaan modernin sohvahan, koska hänen perheensä vanhaan kalustustyyliin sopinut sohva oli niin epämukava. He hankkivat ”modernin sohvahan, jossa voi löhötä” (Maija-Stina, S-aineisto), istua mukavasti.

Taulukko 2. Huonekalujen esiintyminen litteroiduissa haastatteluteksteissä, S-aineisto

	sohva	nojatuoli	tuoli	ruokapöytä	pöytä	sänky	kaappi ym. säilytys
R1	1	5	6	1	1	0	1
R2	29	1	1	4	6	3	3
R3	18	1	5	0	1	12	6
R4	5	1	3	2	6	2	2
R5	8	0	2	0	4	0	0
R6	11	1	2	1	7	0	1
R7	10	1	9	3	5	1	1
R8	8	0	3	0	2	4	0
yhteensä:	90	10	31	11	32	22	14

Yllättävää on mielestäni se, että vaikka sängyssä vietetään vuorokaudesta noin kolmannes, sen merkityksestä ei spontaanisti puhuttu. Kuuluuko sänky niin yksityiseen elämänpiiriin, että siitä ei aktiivisesti käydä keskusteluja perhepiirin ulkopuolella? Fuentes (2011, 244) havaitsi, että vaikka hänen tutkimuksensa haastateltavat halusivat kodin mahdollistavan ihmissuhteiden ylläpidon kotona

ja kodista käsin, oli osa kotitilasta pyhitetty ainoastaan siellä asuvien käyttöön ja vain heidän nähtäväkseen. Ovatko tämän tutkimuksen haastateltavat sisäistäneet jaottelun julkisiin ja yksityisiin kodin tiloihin niin, että yksityisiä tiloja ei julkisesti käsitellä keskusteluissa? Myöskään säilytyskalusteita ei mainittu muuten kuin korkeintaan puhumalla ylimalkaisesti kaapista tai hyllytilasta. Esimerkiksi Sorosen (2011) tutkimuksen aineistossa oli paljon valokuvia kirjahyllyistä olohuoneissa. Näillä kirjahyllyillä ei ollut paljonkaan kirjoja vaan televisio ja muita viihde-elektroniikan laitteita, koriste-esineitä, valokuvia, pelejä, alkoholijuomapulloja, astioita ja kristalliesineitä. Sohvan jälkeen tärkeimmät huonekalut tämän tutkimuksen mainintojen määrän perusteella olivat pöydät ja tuolit. Niitä käytettiin sekä yksinään että toisten ihmisten kanssa. Pöydän ääressä olemiseen liittyy monenlaisia kodin ja perheen yhdessäolon käytäntöjä, jotka linkittävät huonekalun osaksi perheen identiteettiä (Epp & Price 2010, 827).

Koska kodin julkisissa tiloissa, olohuoneessa ja keittiössä tai ruokailutilassa, oli omaan sosiaaliseen kanssakäymiseen soveltuvia huonekaluja, haluttiin niiden hankinnassa huomioida tämän piirin maku tai tuoda esille omaa makua tälle ihmisjoukolle. Väitän näin sillä perusteella, että näiden huonekalujen käyttötarkoitusta ja tavoiteltuja ominaisuuksia oli selvästi pohdittu perusteellisesti. Sanoisin, että eniten esille tulleet huonekalut olivat sosiaalisen kanssakäymisen huonekaluja. Ihmissuhteet ovat siten sisäistettyinä huonekaluihin.

## 6.5. YHTEISÖLLINEN JA ITSELLE MERKITYKSELLINEN MERKITYSKOKONAISUUS

Haastateltavien kertomuksista olen poiminut sisustamisen materiaan liittyviä merkityksiä joko suoraan sanottuina tai kertomuksista tulkittuina. Pidän lähtökohtana haastateltavien tärkeinä pitämiä materiaalin ominaisuuksia ja merkityksiä niiden takana. Ne voidaan Suomessa kerätyn aineiston pohjalta luokitella mielestäni kahteen erilaiseen merkityskokonaisuuteen. Ensimmäinen on materiaalin laadusta ja iästä lähtevä merkityskokonaisuus, jonka osana ovat ihmissuhteet ja vastuullinen, epätsekäs ajattelu. Ajatukset kohdistuvat elettyyn elämään ja menneisyyteen sekä tulevaisuuden hahmottamiseen, siis vähemmän tähän hetkeen. Käytän siitä nimitystä yhteisöllinen merkityskokonaisuus. Tässä merkityskokonaisuudessa ihmissuhteet vaikuttavat vähintäänkin piilevästi, sillä erityisesti lähipiiriltä saatujen käytettyjen tavaroiden merkitykseen ihmissuhteet liittyvät olennaisesti. Tämä on yhteneväinen Hakalan, Aution ja Toppisen (2015, 5) puuhuonekaluja tarkastelevan tutkimuksen tulosten kanssa.

Toinen merkityskokonaisuus kuvaa minäkeskeisyyttä. Vaikka toiminnallisuus vaikuttaa merkitsevän hyvin erilaisia asioita kuin esteettisyys tai institutionaaliset ominaisuudet, ne kuitenkin liittyvät yhteen siksi, että haastateltavat vaativat sekä esteettisiltä esineiltä että designesineiltä myös

toiminnallisuutta. Tämä merkitys ei tullut kuitenkaan suoraan, vaan esteettisten tavaroiden ja esineiden tuli olla omien käytäntöjen kannalta sopivia. Olennaista tässä toisessa merkityskokonaisuudessa oli minäkeskeisyys, siis abstraktien asioiden ja toiminnallisuuden merkitys haastateltavalle itselleen. Myös Gram-Hanssen ja Bech-Danielsenin (2004, 17) ja Reimer ja Leslien (2004, 193) tutkimuksien perusteella kodin aineellinen sisustaminen ja kalustaminen ilmentävät individualistisempaa elämäntyyliä kuin asuinalueen valinta ja asunnon tekeminen kodiksi muutoin. Kodin sisällä olevalla materiaalilla on suhteellisen helppo toteuttaa ja tuoda julki omaa identiteettiä. Tämä identiteetti voi tarkoittaa yhden henkilön tai kodin seinien sisällä neuvoteltua puolisoiden yhteistä tai koko perheen identiteettiä. Tämän tutkimuksen keskusteluteemoja esitellessäni käytin sinä-muotoja ja pyysin haastateltavia kertomaan omia näkemyksiään, joten haastateltavien kertomuksissa korostuivat heidän itsensä mielipiteet. Useimmiten he puhuivat minä-muodossa. Ainoastaan Tarja kertoi useasti hänen ja hänen puolisonsa yhteisistä valinnoista. Nyt nämä yhteiset valinnat kuten sohvan hankinta eivät enää miellytä Tarjaa. Heidän yhteinen identiteettinsä oli muutosvaiheessa koko parisuhteen mahdollisesti päättyessä.

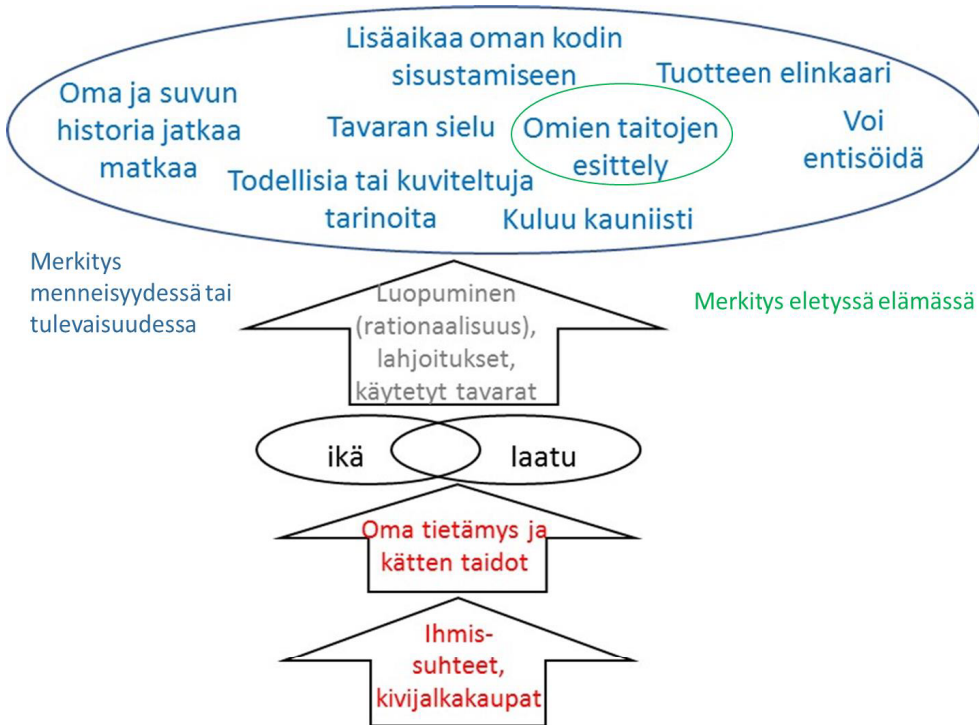
Merkityskuvissa (kuvat 14 ja 15) olen kuvannut nuolisymboleina materian hankintatapoja (harmaat tekstit nuolien sisällä), tiedon ja vaikutteiden lähteitä ja omia tietoja ja taitoja (punaiset tekstit nuolien sisällä) sikäli kuin aineisto antoi viitteitä näiden kategorioiden linkittymisestä merkityksien rakentumiseen. Tavaroista luopuminen toi monenlaisia merkityksiä. Ensinnäkin esteettisessä mielessä kotitila voi tulla miellyttävämmäksi. Sisustus saatetaan muuttaa kokonaan uudentyyliseksi.

län ja laadun merkityksessä poisraivaamisen perusteissa oli rationaalisia perusteita, kuten jonkinlaisen rahallisen korvauksen saaminen kierrättämällä. Tavaroista luopumisesta oli niin paljon mainintoja, että tulkitsin kierrättämisen olevan olennainen osa tämän päivän sisustamisen materian hallintaa. Vastuullinen toimijuus kuluttajana on Aution (2006, 73) mukaan arkipäiväistynyt. Jotkut nuoret kuluttajat eivät pidä eettisiä ja ekologisia arvoja nautinnollisen elämisen rajoittavina tekijöinä. Luopuminen liittyykin molempiin merkityskokonaisuuksiin, mutta eri merkityksissä.

On varsin ymmärrettävää, että vanhoja kalusteita arvostivat ne haastateltavat, joilla itsellään oli taito valmistaa huonekaluja ja restauroida niitä. Tämä kävi ilmi aiemmin sivulla 101, kun Juha kertoi vanhoista perityistä kalusteistaan. Kalusteiden valmistus- ja restaurointitaitoiset haastateltavat eivät vaikuta havittelevan merkkituotteita. Laadukkaiksi miellettyjen tuotteiden hankintaa suunniteltaessa niitä käytiin mahdollisuuksien mukaan katsomassa ja testaamassa jossakin kivijalkakaupassa. Erityisesti tärkeissä tai muutoin merkittävissä hankinnoissa tiedonhaku saattoi olla moninaista, kuten Saana (S-aineisto) kertoi: "...jossain lehdestäkin jos näkee jonkun kauniin asian niin voin mennä

kattoon sitä paikan päälle tai tilata sen.” Verkon kautta tilatut tavarathan voi tarkastamisen jälkeen palauttaa, mikäli ne osoittautuvat olevan epäsoivia, kunhan tavarat ovat myyntikelpoisia.

Laadukkaita ikää ja ajan kulumista kestäviä tavaroita uskallettiin ottaa vastaan, valmistaa tai ostaa siksikin, että niillä katsottiin olevan jälleenmyynti- tai kierrätysarvoa sen jälkeen, kun tavaraa ei itse enää tarvitse (Gregson & Crewe 2003, 129). Osa näistä tavaroista kiersi suvun sisällä. Mutta kehittyneet käytettyjen tavaroiden markkinat mahdollistivat myös laadukkaiden käytettyjen tavaroiden myymisen. Tätä tarkoitan kuviossa tuotteen elinkaaren huomioimisella.

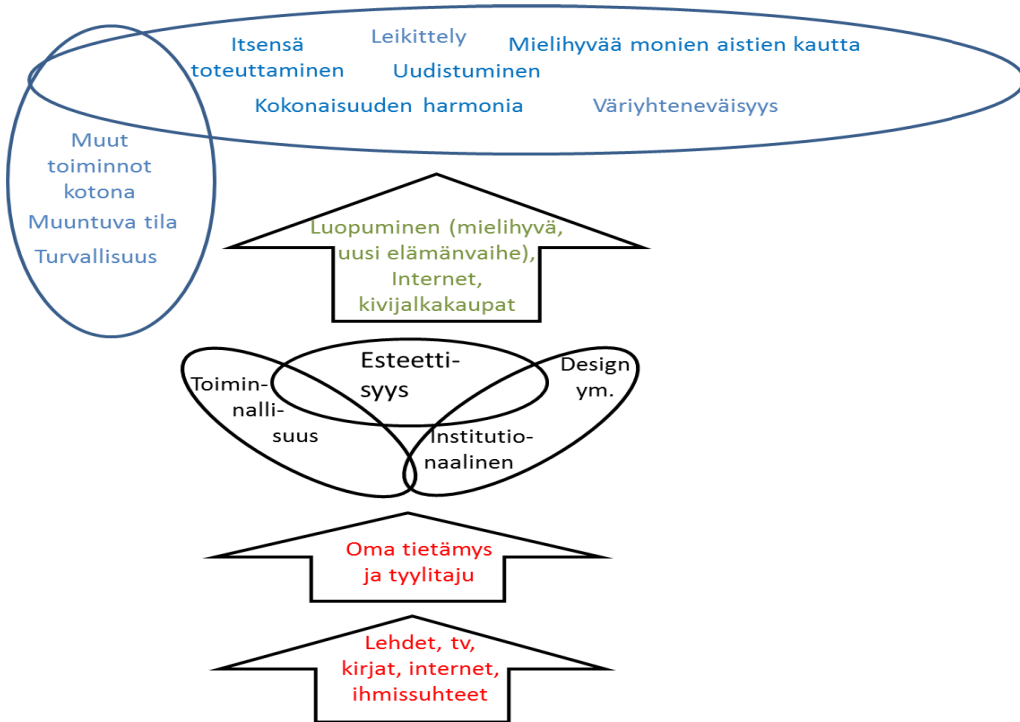


Kuva 14. Yhteisöllinen merkityskokonaisuus

Vaikka tavarat kuluvat käytössä, voi laadukkaita tavaroita entisöidä tai antaa entisöitäväksi. Kalusteiden valmistus- ja restaurointitaitoiset pystyvät helposti esittelemään omia taitojaan, sillä sisustus on kaikkien kotitilassa vierailevien tai siellä asuvien nähtävillä. Joidenkin mielestä entisöintiin ei ole kiirettä, sillä kulumisen saattaa olla pelkästään hyvä asia. Kulumisen voi tuoda julki sen, että tavaralla on ikää ja siten tarinoita kerrottavanaan. Ne voivat myös olla osa suvun, lähipiirin tai omaa historiaa jopa niin, että niillä katsotaan olevan inhimillisiä piirteitä. Fuentesia (2011, 241) mukaillen voin todeta, että kalustaessaan ja sisustaessaan kuluttajat liittävät itsensä

tavaroiden avulla aikajanelle. Silloin oma elämä ei ole lyhyesti tässä ja nyt, vaan osa laajempaa ajallista historiaa (Miller 2009, 168).

Opiskelijoiden kertomuksista voi päätellä, että he saattavat harjoitella sisustamista opiskelija-asuntonsa kalustuksen avulla. Lahjaksi saadut kalusteet ja muut tavarat mahdollistavat tämän harjoittamisen ilman, että itse tarvitsee investoida siihen paljon rahaa.



Kuva 15. Itselle merkityksellinen merkityskokonaisuus

Minäkeskeisessä merkityskokonaisuudessa materiaasta luopuminen tuotti mielihyvää, sillä poisraivaamisen jälkeen kotitila näytti miellyttävämmältä. Tavaroista luovuttiin myös silloin, kun raivattiin tilaa uudelle elämänvaiheelle. Lisäksi tilan toiminnallisuus ja turvallisuus paranevat sekä kotitoiminnoista suoriutuminen helpottuvat, kun ylimääräisestä materiaasta luovutaan. Minäkeskeisessä merkityskokonaisuudessa siis esteettisyys ja mielihyvä yhdistyivät toiminnallisuuteen, joiden takana voisi sanoa olevan järjen (kuvassa 15 pieni sininen soikio) ja tunteen (kuvassa 15 iso sininen soikio) yhteispeli. Ne, jotka arvostivat merkkituotteita, vaikuttivat luottavan hankinnoissaan omaan tietämykseensä. Tästä esimerkkinä mainittakoon Tarjan sohvan (ks. sivu 119) ja designvalaisinten hankinta netin kautta (ks. sivu 106) sekä Markon designtarjottimen



ostaminen (ks. sivu 102). Tämän aineiston perusteella vaikuttaisi, että merkkituotteiden hankkimista suunniteltaessa ja myös niitä hankittaessa kivijalkakaupat näyttäisivät menettävän jalansijaa verkon kauppapaikoille. Vaikka aineisto oli pieni johtopäätösten tekemiseksi laajan suomalaisjoukon ostokäyttäytymisestä, antoivat muutamat sitaatit kuitenkin perustelun sille, miksi he toimivat näin. Tarja (S-aineisto) sanoi, että "esimerkiksi valaisimia voi helpostikin ostaa netistä. Jotain designvalaisimia halvemmalla ilman muuta". Kun tietää, mitä designia tai tuotemerkkiä on etsimässä, verkossa on helppo tehdä tiedonhakuja. Tämän Julius (S-aineisto) totesi, kun hän sanoi, että netti on helpoin paikka ostaa jopa hyvinkin seikkaperäisillä hakusanoilla.

Tietoa haetaan ja vaikutteita saatiin monesta lähteestä. Merkille pantavaa on, että perinteinen media, siis lehdet, televisio ja kirjat, eivät olleet menettäneet merkitystään tiedon ja vaikutteiden lähteenä. Kuitenkin oma hankittu tietämys ja tyyli vaikuttivat liittyvän sekä designin että esteettisten ominaisuuksien arvostamiseen.

Aiemmin kirjoitin kodin käytäntöjen johtajatuksista (luku 4.4.). Kodin aineellisen maailman tulee sopia kodin asukkaille. Kuitenkin sillä on merkitystä, että kotia ja sisustusta näytetään ja esitellään muille ihmisille. Skandinaavinen sisustustyyli vaikuttaisi sopivan sekä muille esiteltäväksi että mukavan kotoisan tunnelman tuojaksi kodissa asuville (Varpa 2016, 60). Kotitarinan kertominen toisille ihmisille on helpompaa, jos koti on sisustettu jonkun teemaan tai tyylin mukaan. Tarinalla on siten käsikirjoitus.

Tämän tutkimuksen aineiston perusteella sisustukselta haettuja teemoja olivat väriteema, tietty sisustamisen tyyli esimerkiksi minimalismi tai modernismi, aistillinen ja harmoninen tunnelma sekä oman fantasiamaailman toteuttaminen. Itsensä toteuttaminen sisustamisen avulla ja sisustamisella leikittely on nykyään mahdollista edullisestikin, kun käytetyn tavaran markkinat ovat laajat ja helposti saatavilla. Onko niin, että sisustamiseen käytettävä materia on osittain muuttumassa kestokulutushyödykkeestä lyhytkestoiseksi kulutushyödykkeeksi? Eikä kaikkea sisustustavaraa tarvitse tulevaisuudessa itse omistaa, vaan niitä voi vuokrata (Markkanen 2015).

Toiminnallisuus korostui pyörätuolia käyttävien haastateltavien kertomuksissa siten, että he halusivat muunnella kotitilaa erilaisiin tarkoituksiin. Heidän kodeissaan annettiin hoitoja asiakkaille, pidettiin kokouksia, tarjottiin yösija tutuille ja tuntemattomille vierailijoille. Markolla suurin osa kalusteista oli pyörillä, jotta tämä muunneltavuus olisi helposti toteutettavissa. Tällaiset muunneltavat kodit ovat asumisen historiassa olleet pitkään vallalla. Tavallisen kansan asuinrakennukset olivat keskiajalla monesti yhtä suurta tilaa, jossa päivällä laitettiin ruokaa, syötiin, käytiin kauppaneuvotteluja,

kestettiin matkailijoita ja yöllä nukuttiin (Rybczynski 1988, 26–27). Tällöin huonekalujen paikka ja käyttötarkoitus vaihtelivat vuorokauden aikana. Ylimystöllä oli useita asuinpaikkoja. Kun he muuttivat asumuksesta toiseen, huonekalut otettiin mukaan. Jopa tapetit käärittiin rullalle seuraavaan paikkaan vietäväksi. Tästä syystä monessa kielessä<sup>14</sup> sana huonekalu tarkoittaa edelleen liikuteltavuutta.

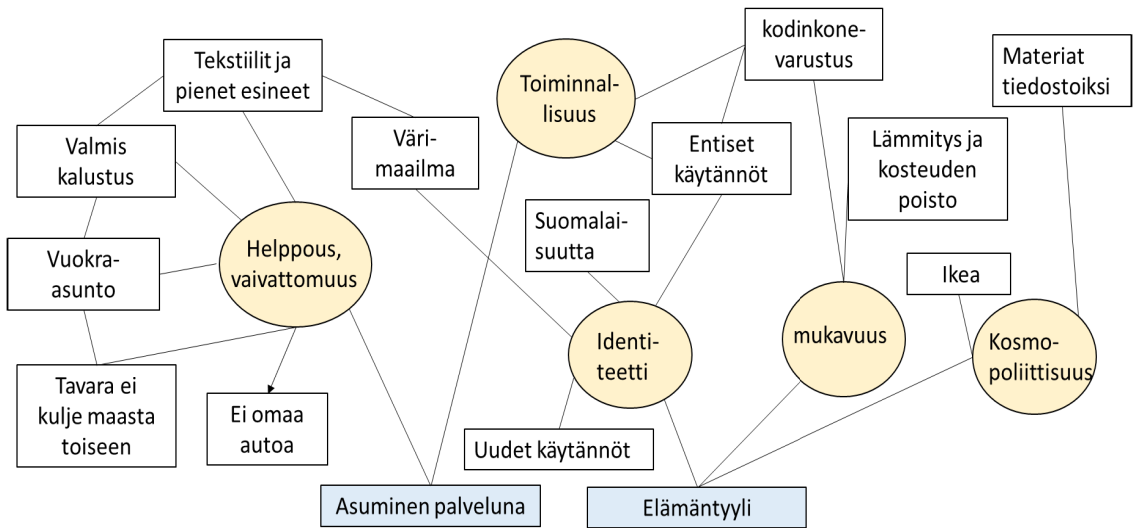
## 6.6. ASUMINEN PALVELUNA JA VAIN TARPEELLISIA TAVAROITA

Algarvessa asuvien suomalaisten suhde materiaan on hyvin suurpiirteinen ja käytännöllinen. Tärkeintä on, että koti on toimiva, siellä on samantasoinen kodinkonevarustus kuin Suomen-kodissakin. Totutusta toiminnallisesta mukavuudesta ei haluta tinkiä. Vaikuttaa, että Suomen- ja Algarven-koteja yhdistävät tietyt arkiset käytännöt. Omanlainen tapa laittaa ruokaa pyritään säilyttämään Portugalin-kodissakin. Tästä syystä sinne on hankittu joitakin keittiötarvikkeita, joita asunnossa ei ennestään ollut. Kuitenkin kaiken kaikkiaan huomion arvoista on havainto, että materia on vähämerkityksellistä.

Kuvaan 16 olen laatinut analyysini materian merkityksestä Algarvessa asuvien suomalaisten aineistosta. Valkoiset laatikot ovat ensimmäisen asteen koodeja, jotka linkittyvät suoraan tiettyihin sitaatteihin. Esimerkkejä sitaateista kuvion koodien takana olen laittanut liitteeseen 9. Kuvion keltaiset ympyrät kuvaavat teemoitteluanalyysin (ks. sivu 50) termistöä käyttäen teemoja ja vaalean siniset laatikot yläteemoja. Käytän näitä yläteemoja kodin tunnun kokonaisuuksien muodostamiseen, josta kirjoitan seuraavassa luvussa.

---

<sup>14</sup> Esimerkiksi portugalín kielessä sana *móvel* adjektiivina tarkoittaa liikkuvaa ja substantiivina huonekalua, kalustetta.



Kuva 16. Koodiverkosto asuminen palveluna

Kun vuoden sisällä vaihtaa säännöllisesti kotia, ei kodin sisällä kaipaa muutoksia, ei ainakaan jatkuvia sisustamisen projekteja. Vuokralla asuvat olivat tehneet ainoastaan pieniä sisustusmuutoksia kuten vaihtaneet kalusteiden paikkoja tai vaihtaneet sisustustekstiilejä enemmän oman maun mukaiseksi. Siis samantapaisia muutoksia kuin Fuentesin (2011, 72) tutkimuksen vuokra-asuntoon muuttaneet haastateltavatkin. ”Asunnossa pitää olla asiat ja värit tasapainossa” (*Krii*, A-aineisto). Jotkut tuntuivat kaipaavan ainoastaan omia tauluja seinille.

Pitkään Algarvessa asuneet ja asuntonsa omistavat haastateltavat olivat ajan myötä sisustaneet itse kotinsa. Haastatteluja tehdessäni havaitsin, että heillä olikin vuokralla asuvia enemmän tavaraa esillä. Tavarat oli ostettu lähes pelkästään paikallisesti, eikä tuotu isoa muuttokuormaa Suomesta. He sanoivat, että suomalaiset tavarat eivät sovi portugalilaisten talojen tyyliin. Tämä on tunnusomaista kosmopoliiteille: tavaroiden merkitystä arvioidaan paikkakohtaisesti ja tarpeellisuuden mukaan eikä niitä mielellään kuljetella paikasta toiseen (Bardhi, Eckhardt et al. 2012, 519). Niihin ei luoda sellaisia tunnesiteitä, jotka voitaisiin luokitella identiteetin jatkeeksi (Belk 1988) tai kuluttajan omaan historiaan liittyviksi (Belk 1988; Richins 1994).

Sisustamisen materia ei tuntunut olevan viihtymisen kannalta olennaisinta. Herra *Maaseudulle* (A-aineisto) ei sohvan väri eikä valaistuksen sävy olleet kovin merkityksellisiä, vaan tärkeämpää oli luontoympäristö ja oma puutarha. Puutarhan työvälineet hän sanoi usein ottavan käyttöön heti ulkona syödyn aamiaisen jälkeen. Tällainen on hänen tyypillinen aamupäivänsä. Algarvessa asuessaan hän

on omaksunut uusia käytäntöjä Suomessa asumiseen nähden. Hän sanoi, että jos he asuisivat talvet Suomessa, olisi hän edelleen ansiotyössä. Algarven kodissa he voivat viettää ulkoilmaelämää joka päivä, mikä Suomessa ei ole mahdollista ison osan aikaa vuodesta. Herra ja rouva *Maaseutu* olivat rakennuttaneet talon itselleen Atlantin rannalta sisämaahan päin.

*Rantarakki* (A-aineisto) oli poikkeus. Hän oli sisustanut omia kotejaan, ystävien, lasten ja lastenlasten koteja sekä aikanaan osallistunut tilojen sisustamiseen ansiotyössä ollessaan. En kuitenkaan päässyt käymään hänen kotonaan, vaan haastattelu tehtiin yhdessä hänen sijoitusasunnoistaan. Luonnollisesti hän oli itse sisustanut ja kalustanut tämän asunnon. Sisustaminen oli siten aina ollut osa hänen identiteettiään. Kuitenkin merkille pantavaa oli, että hän kierteli käytettyjen tavaroiden markkinoita. Näitä markkinoita jokainen pikkukaupunki (*vila*) koko Algarven alueella järjestää kuukausittain. Niissä on runsas valikoima erilaisia käytettyjä tavaroita huonekaluista työkaluihin, astioihin, koriste-esineisiin ja vaatteisiin. *Rantarakki* oli tottunut jo lapsuudessaan siihen, että huonekalut ovat vanhoja.

Värit on ollu kyllä hirveen... Mä oon kasvanu siihen, että mä oon saanu ne jo useammissa polvissa tämmönen tietty viihtyvyyden tunne. Se lähtee väreistä ja jostain, voisinko sanoa, tuttuudesta. Vaikka mä hakisin kirpputorilta jonkun tavarahan, se tuntuu musta omalta ja tutulta, niin se on se juttu. Mä olin aika iso, vähintään kymmenvuotias, kun mä tajusin, että myös huonekaluja voi ostaa kaupasta. Mä luulin, että ne on aina. Mä olin tottunu, että mummon aikana joskus 1800-luvulta ja 1900-luvun alusta olleet huonekalut oli meidän huonekaluja. Ja on edelleen mun pikkuveljen huonekaluja. Multa meni ohi sellainen aika, että huonekaluja voi ostaa [uutena]...Jonkun verran on aina mukana. Edelleenkin. Mulla on esimerkiksi yks hopeinen vanha teepannu, joka on ollu mun mummon häälahja, joskus kun ne on menny naimisiin 1912. (*Rantarakki*, A-aineisto)

Asunnon sisällä tehdyt muutokset olivat enimmäkseen perustuneet fyysisen asumismukavuuden parantamiseen. Tyypillisesti Algarven rakennukset ovat viileitä talvella, sillä rakennusteknisesti niiden lämpöeristeet eivät ole samaa tasoa kuin Suomessa. Niinpä lattiat ovat kylmiä. Lämmityslaitteena on useimmiten ilmalämpöpumppu, joka on asennettu olohuoneeseen ja makuuhuoneisiin. Usein ei kylpyhuonetta eikä keittiötä lämmitetä mitenkään. Pohjoismaisissa asunnoissa on kesä sisällä talvellakin. Haastateltavat olivat kuitenkin halunneet parantaa sisätilojen lämpötilaa miellyttävämmäksi hankkimalla mattoja kivilattioille ja ostamalla erillisiä sähköpattereita myös kylpyhuoneeseen. Pariskunta *Pioneeri* (A-aineisto) toi aikanaan ensin takkasydämen Suomesta Portugalin-kotiinsa ja lopulta koko kaakeliuunin osina. Myöhemmin he asennuttivat

lattiaämmityksen taloonsa. He olivat teettäneet myös saunan taloonsa, mutta lopulta eivät paljoakaan sauno siinä. Oma sauna oli myös *Maaseutu* -pariskunnalla (A-aineisto), joka rakennutti talon Algarven maaseudulle. Joillakin oli lisäksi sähköisiä kosteuden poistolaitteita. Talvella sisäilman suhteellinen kosteus voi nousta 90 prosenttiin. Tästä johtuen pyykki ei tahtonut kuivua talvella, jos ei ollut kuivausrumpua.

Sillä on hirveen merkitys, että lattialla on matot talvisaikaan. Ja niiton vaikee täältä saada. Et osa näistä matoista on tuotu Suomesta. Täällä ihmiset eivät käytä mattoja, vaan päällysvaatteet päällä ja kengät jalassa kesällä, talvella. Ja toinen on sellainen, että me pidetään lämpimänä tää asunto. Eikä olla päällysvaatteet päällä. (Rva *Työleiri*, A-aineisto)

Kodin sisällä lukeminen, television katselu, ajan viettäminen internetissä, käsitöiden tekeminen, kirjojen lukeminen, kirjoittaminen, taulujen maalaaminen ja puutarhan hoitaminen olivat tapoja viettää rentoa kotielämää. Suomalaisten televisio-ohjelmien katsominen näytti yhä olevan suosittua ulkomailla asuvien suomalaisten keskuudessa. Niin tekivät Espanjan Aurinkorannikolle muuttaneet suomalaiset parikymmentä vuotta sitten (Karisto 2000, 45) kuin useimmat tämän tutkimuksen haastateltavatkin – tosin usein tallenteina. Aivan kuten arkiset kodin työt, ei rento ajanviettokaan poikennut Suomen kodin käytännöistä. Jotkut sanoivatkin, etteivät monesti muista, missä kodissa he juuri sillä hetkellä ovat. Paikasta riippumatta suomalaisuus säilyy siten osana identiteettiä.

Useimmiten kuluttajien identiteetin ylläpitämiseen ja sen näyttämiseen liittyy tiettyjä tavaroita (Belk 1988). Tavaroiden avulla myös ylläpidetään kiinnittymisen tunnetta tiettyyn paikkaan, tiettyyn aikakauteen, kansalliseen kulttuuriin ja omaan historiaan (Bardhi, Eckhardt et al. 2012, 511). Kuitenkin jatkuva maasta toiseen liikkuminen, kosmopoliittinen elämäntapa vaatii vähäisempää kiinnittymistä tavaraan ja ylipäättään materiaan. Juuri niin oli tapahtunut useimmille tämän tutkimuksen haastateltavalle. Omistamisen vähäinen merkitys toistui useimpien haastateltavien puheessa – oli sitten kyse asunnosta, autosta, huonekaluista tai vaatteista.

Kodin tuntu täällä on helppous. Yks asia, joka jää mieleen, on se, että täällä on huomattavasti vähemmän omaa tavaraa. Ja toisaalta on huomannut, kuinka vähällä tulee toimeen. Puolet siitä, mitä on kotona [Suomessa], on täysin turhaa. Nyt mä en puhu pelkästään vaatteista, vaan kaikesta muusta. Se on tullut aika voimakkaasti, on tämä aikaisempi sitoutuminen tavaraan ja asioihin ja mikä tahansa siis tavaroihin. Pitää olla sitä ja tätä. Täällä sellaista tunnetta ei ole. Täällä

henkilökohtainen oma tunne on, mitä vähemmän sitä paremmin. Ei tarvii. Voi käydä katsomassa, mutta esimerkiksi tällainen shoppailu niin kotona joskus kiinnostaa. Täällä ei vois vähempää kiinnostaa. Mä ehkä liiankin kielteisen kannan otan siihen. Mä en halua mitään ekstraa tähän. (*Edvin*, A-aineisto)

*Edvinin* (A-aineisto) kertomuksesta voi päätellä, että hän havahtui Suomen-kodin suureen tavaramäärään vasta muutettuaan Algarveen valmiiksi kalustettuun vuokra-asuntoon. Kodin tavaroilla on taipumus hävitä näkyvistä, muuttua kodin elämän taustaksi. Miller (2010, 155) väittää, että tällä huomaamattomalla olemisellaan tavarat ohjaavat kuluttajien käyttäytymistä ilman että kuluttaja huomaa tullessaan johdatetuksi. Alkuvaiheessa, kun tavara on hankittu kotiin, tavara olemassaolollaan ja ominaisuuksillaan opastaa käyttöä ja sen kanssa elämistä. Vähitellen käyttäytyminen ja käytännöt tavaran kanssa ja sen ympäröimänä muuttuvat automaattisiksi ja siten tavaran ”valta kuluttajaan” jää voimaan.

Identiteetin ankkuroinnin välineiksi kosmopoliitit kuluttajat korvaavat tavarat käytännöillä (Bardhi, Eckhardt et al. 2012, 252). Omaan suomalaiseen tapaan ja omaan elämäntyyliin kuuluvat käytännöt on helpompi pakata mukaan kuin vaikkapa Artekin kalusteet. Monet asiat edesauttavat maiden rajojen yli liikkumaan tottuneita kuluttajia rakentamaan oma hyvinvoinnin paikan minne vain, missä tunne on kotoinen. Näitä tekijöitä ovat: identiteetin asenteellinen irrottautuminen materiasta, kodin tunnun irrottautuminen vain yhteen paikkaan kuuluvasta tunteesta sekä kansainvälisten olosuhteiden muuttuminen vapaata liikkuvuutta edesauttamaan. Palveluna hankittu Algarven-koti muokkaa asukkaan käsitystä kodista yhtä lailla kuin asukas muokkaa käytännöillään tätä vuokra-asuntoa itselleen sopivaksi (Miller 2010, 96).

## 7. MERKITYSTEN UUDET KERROSTUMAT

Kodin tunnun osatekijöiden selvitystyö jatkuu tässä luvussa. Tutkimuksen osakysymyksiä olivat: mistä tekijöistä kodin tuntu muodostuu ja miten nämä tekijät muodostavat kodin tunnun merkityskokonaisuuksia. Tässä luvussa ei päästä merkityskokonaisuuksiin, vaan osatekijöiden merkityksiin. Osatekijöiden linkittyminen toisiinsa merkitysten kautta on avain kodin tunnun merkityskokonaisuuksien jäsentymiseen, jota tarkastelen luvussa 8.

Tutut käytännöt sitovat aiemman kodin nykyiseen kotiin ja jopa tulevaisuuden haavekotiin (Walsh 2006, 138). Käytäntöjä tarkastelemalla lähdin selvittämään aineistosta eri koodien linkittymistä toisiinsa. Aloitan selvityksen selostamalla Suomen aineistossa käytäntökoodeihin linkittämiäni sitaatteja. Toisin sanoen esittelen haastateltavien kertomuksia, jotka koodasin asumisen tavat ja sisustamisen käytännöt -koodeihin sekä merkityskoodeihin. Algarven aineistosta jäsensin vain yhden merkityskokonaisuuden niin ikään lähtien koodien yhteisesiintymisen verkostosta. Tuohon merkityskokonaisuuteen päättymisen tulkintapolkua selvitän kohdassa 8.5. enkä tämän luvun alla.

### 7.1. AJANKÄYTTÖTAVAT KOTONA

Asumisen tavan, kotitoimintojen ja arkisten käytäntöjen vaikutusta kodin tuntuun selvitin kysymyksillä, miten asutte kotianne ja mitä teette siellä. Ruuskasen (2004, 156) tutkimus suomalaisten vapaa-ajanviettotavoista antoi minulle taustaa koodata asumisen tapoja. Ruuskasen aineistona toimi Tilastokeskuksen vuosina 1999–2000 tekemä suomalaisten ajankäytön tutkimuksesta saatu data. Hän jaotteli vapaa-ajanviettotavat aktiivisiin ja passiivisiin ajanviettoihin. Suurta omaa panosta vaativia aktiviteetteja olivat ulkoilmassa tapahtuvat aktiviteetit, järjestötoimintaan osallistuminen, vapaaehtoinen opiskelu, viihde ja kulttuuri. Muu aktiivinen vapaa-ajanvietto koostui toiminnoista yhdessä toisten ihmisten kanssa sekä puolipassiivista toiminnoista kuten lukemisesta ja tietokoneella työskentelystä. Hän luokitteli passiiviseksi ajanvietoksi television ja tallenteiden katselun, radion kuuntelun, levon ja oleilun. Minä koodasin passiivinen ajankäyttö -koodiin television, tallenteiden ja tietokoneen käytön ja oleilukoodiin loput passiivisenomaiset ajanvietot. Aktiiviseen ajankäyttöön koodasin kotityöt ja fyysistä aktiivisuutta vaativat harrastukset. Muut käyttämäni asumisen tapa -koodit olivat yhdessäolo, ansiotyö ja opiskelu kotona sekä kahden asunnon elämää.

Teemakysymykseeni miten asutte kotianne haastateltavat vastasivat kertomalla enimmäkseen harrastusmaisista tekemisistään ja ylipäättään sellaisista tekemisistä, jotka vaikuttivat olevan vapaavalintaista ajankäyttöä ja itsensä toteuttamista. Tavanomaisista arkiaskareista tuli puhe muiden

teemojen yhteydessä ja erityisesti silloin, kun kysyin puhtauden ja järjestyksen merkityksestä heille heidän kodeissaan. Ainoastaan kolmevuotiaan lapsen äiti sanoi kotona vietetyn ajan kuluvan suurimmalta osalta ruuan laittamiseen ja leikkimiseen. Jos muut haastateltavat puhuivat ruuan valmistamisesta, kertoivat he mieluummin harrastuksestaan kuin arkiaterian valmistamisesta. Vähän viitteitä arkirutiineista tuli Tarjalta Lahden-haastattelussa. Hän on sisustanut perheensä kaupunkiasunnon niin, että arki sujuu. Hän sanoi, että kaupunkikodissa oleminen on semmoista suorittamista. Kerrotut harrastusmaiset tekemiset kotona olivat monenkirjavia: muotinäytösten valmistelua, fantasiakakkujen valmistamista, basson ja kitaran soittamista, videoiden koostamista, legokaupungin rakentamista, puutöitä, jumppapalloilua, joogaamista, kirjansidontaa ja perinteisempien käsitöiden tekemistä.

Yhdessä vietetty aika on olennainen osa kotona vietettyä aikaa. Tämä tutkimuksen haastateltavat sanoivat viettävänsä aikaa kotonaan yhdessä perheenjäsenten ja muiden asunnossa asuvien kanssa sekä vierailulle tulevien ystävien, sukulaisten ja järjestötuttavien kanssa. Lisäksi Markon kotona käy henkilökohtaisia avustajia auttamassa häntä arkisissa asioissa. Hän ylipäätään arvostaa vilkasta ihmisvilinää kotonaan oli sitten kyse alivuokralaisista, tilapäisistä järjestökokouksiin osallistujista, naapureista, kavereista tai tilapäisistä majoittujista. Hänen mielestään ”semmoinen ihmisläheisyys, et on ihmisiä ympärillä, ne tekee sen kodin” (Marko, S-aineisto). Muille haastateltaville yhdessä oloa oli paitsi yhdessä rentoutuminen televisiota tai tallenteita katsomalla myös arkisten askareiden tekemistä yhdessä. Julius kertoo hyvin seikkaperäisesti, miten hän neuvottelee avopuolisonsa kanssa yhteisistä hankinnoista:

Kyl me pyritään tekeen kaikki tollaset päätökset yhdessä. Keskustellaan ja mietitään, oisko se hyvä ja tota, varsinaisia sellaisia hätäkohtia päätöksiä ei tehdä. Esimerkiksi silloin kun mietittiin hankitaanko säkkituoli, sitäkin pohdittiin kuukausi tai kaksi... Ei oo sellasta, että toinen sanelis säännöt ja toinen vaan joutuis myöntymään. (Julius, S-aineisto)

Useimmat haastatteluun osallistuneista opiskelijoista halusivat, että kaverit käyvät usein kylässä, myös yökylässä. Tämä on otettu huomioon kalustevalinnoissa. Vaikka opiskelijan varat ovat rajalliset, riittävän kokoiseen sohvaan ja riittävään määrään tuoleja oli haluttu panostaa. Tälle on hyvä perustelu: ”rahaa kuluu vähemmän, kun kavereita tapaa kotona kuin jos tavattaisiin ravintoloissa” (Anna, S-aineisto). Saana sanoi, että talvella tulee kokoonnuttua koteihin, kesällä kavereiden kanssa tavataan vaikkapa puistoissa. Joissakin opiskelijataloissa oli yhteistiloja, joissa voi järjestää juhlia tai muuten harrastaa yhdessä. Miiran pikkulapsiperheessä yhdessäolo oli aikuisten ja lasten yhdessä



leikkimistä. Heillä kävi kylässä toisia lapsiperheitä, joiden kanssa juteltiin, syötiin ja leikittiin. Vierailuja silmällä pitäen Miira ja hänen miehensä olivat ostaneet ylimääräisen lapsen syöttötuolin vierasperheitä varten.

Ansiotyön reviiiri on levinnyt työpaikoilta kulkuneuvoihin ja ihmisten koteihin. Moni lukee sähköpostit muualla kuin työnantajan tiloissa. Välillä koko työpäivä hoidetaan kotoa käsin. On useita aloja, joissa on vain tehtäviä ja töitä, jotka tehdään sopivassa paikassa. Uusi mediateknologia mitä ilmeisemmin muuttaa ihmisten toimintatapoja myös kotona. Tietokoneet ovat multimedialaitteita ja yhä enemmän henkilökohtaisia ja paikasta toiseen siirrettäviä. Niinpä sellaiset huonekalut kuten työpöytä tai jopa työhuone kotona voivat käydä tarpeettomiksi. Tällainen huonekalujen ja tilojen uudenlainen monikäyttöisyys lisääntynee. Esimerkiksi Church, Weight, Berry ja McDonald (2010, 148) väittävät, että tämän päivän viestintä- ja viihdelaitteet haastavat käsityksemme kotona olemisesta, sillä uudet välineet eivät ole aika- tai paikkariippuvaisia. Edellä olevan perusteella ei liene yllätys, että tämän tutkimuksen Suomen aineiston haastateltavista reilu puolet kertoi tekevänsä työasioita tai opiskelevansa kotona.

Ajankäyttö jakautuu myös useisiin paikkoihin. Perustin koodin kahden kodin elämää selvittääkseni elämisen eroja eri kodeissa. Liikkuva elämäntyylillä useamman kodin välillä on lisääntynyt Suomessa (Pitkänen, Adamiak et al. 2014, 161). Arkikodilta ja vapaa-ajan kodilta haetaan varsin erilaisia tunnelmia. Mökillä vallitsee ”päinvastoin-maailma”, jossa likakin on puhdasta, kuten Ingström (2014, 154, 167) kirjoitti. Tai kuten ajanmukaiset sisustustyylit tunteva ja kaupunkiasunnossaan puhtautta vaativa Tarja kertoi, ettei häntä mökillä häirinnyt hiirien jätösten hajut.

Mut jos nyt sisustuksesta puhutaan, nii kai se on sen paikan ikä ja materian iät ja tavaroitten tarinat ja kaikki tommoset. Siellä voi haista kyllä pahallekin. On niin paljon hiiriä. Kun aisteista puhuttiin. Ja on hämärää kun on tummat hirsiseinät ja näin. (Tarja, S-aineisto)

Tarjan kaupunkiasunnon, pääasiallisen kodin, ja vapaa-ajan talon tunnelmat vaikuttavat olevan lähes vastakkaiset, päinvastoin-maailmat tosiaankin. Vaikka Tarja ihastui kaupunkiasuntoa ostaessaan asunnon valoisuuteen, eivät häntä häirinneet vapaa-ajan talon hämäryys ja tummat vanhat hirsiseinät. Ei myöskään se, että hiiristä johtuen hirsitalossa voi haista pahallekin. Kuitenkin kaupunkikodissa hänelle oli tosi tärkeää, että siellä oli aivan pölytöntä. Hirsitalo oli hänelle jonkinlainen rettriitti, pako arkisista rutiineista ja yrittäjän työntäyteisistä päivistä. Mahdollisesti hän pakeni myös sosiaalista painetta, sillä hän sanoi kaupunkikotinsa olevan ”showroom”. Kuten Alasuutarit (2010, 124)

kirjoittavat, mökki on autenttinen, mitään kulissien takaista illuusion rikkovaa tilaa ei ole. Mökillä on "turvallinen kohtufiilis". Tarja vertaili kaupunkiasuntoa ja hirsitalomökkiään:

No sehän on ihan kauhee sokkelo. Se on jännä juttu, et kaupungissa pitää olla siistiä ja kliinistä, pölytöntä ja kaikkee, mutta siellä sitten ei tarvii niin paljon välittää. Se on varmaan se kun on tällainen betoni möhkäle, missä sä oot, nii se rakennusmateriaalikin tuo sen oman tunnelman. Sä oot siellä hirsitalossa, kun se jotenkin hengittää ja näin. Sun oma oleminen muuttuu... Mutta tää oli tää viihtyvyys ja tää mukavuus. Mut että millä mä oon luonut sen niin se on kaikki nää kerrostumat mökillä. (Tarja, S-aineisto)

Jaanan mökillä olemiseen vaikutti liittyvän vapauden tunne, vapautus muiden katseiden alla olemisesta. Mökillä voi oleskella vaikka ilman vaatteita, eikä tukkaakaan tarvitse kammata sisältä ulos mennessä. Vapautuminen arjesta tarkoittaa hänelle myös vapautumista tarpeettomien elektronisten laitteiden käytöstä. Siellä voi keskittyä tunnelmoimaan ritisevän takkatulen ääressä. Vaikka mökillä eletään yksinkertaisemmin ja askeettisemmin, ei mökistä olisi helppo luopua (Alasuutari & Alasuutari 2010, 118).

Kyllä minäkin ajattelin tällaista kaksjakosuutta. Se kaupunkiasunto on... sen vois niin sanotusti panna lihoiks ihan tosta vaan [eli laittaa myyntiin]. Se on se asunto niinku tavallaan. Ei siihen kiinny. Mökki on yhä enemmän, et sitä niinku mieltis vähä pitempään et laittasko sen lihoiks... Meillon kyllä sähköt siellä, mutta mitää mikroaaltouunia tai kahvinkeitintä multa ei löydy sieltä. Toisaalta tämmöinen elektoniikasta pois vieminen, puilla lämmittelet. On siellä kyllä sähköpatteritkin. Kyllähän se tunnelmaa luo ku ritisee se, palaa se puu siellä takassa. Ja sitten toisaalta tommosessa se ilma ja sitten että kun sä astut ni sinä ootkin ulkona. Eikä siellä kukkaan kyttäile missään. Sinä saat siellä juoksennella miten sinä haluat. Ei tarvii vetää vaatteita ja se on niin vapaata ja luonnollista tavallaan. Ei oo semmosia, että tukka on kammattuna ku ovesta astuu ulos. Paitsi että mie vedän pipon. (Jaana, S-aineisto)

Tämän tutkimuksen haastateltavista hyvin moni sanoi asuvansa kahta asuntoa. Useimmiten ajatellaan, että tällöin kyse on vakituisen kodin ja vapaa-ajan kodin välillä elämisestä. Mutta kotona ja mökillä elämisen lisäksi tässä tutkimuksessa tuli esille muunkinlaisia asumismuotoja. Marko ja Tiina elivät parisuhteessa niin, että molempien asunnot olivat molempien koteja. Lisäksi heillä on

alivuokralaisia<sup>15</sup> molemmissa asunnoissa. Yhteisöeläminen mitä ilmeisimmin viehätti ainakin Markoa. Kodin tuntu tarkoitti Markolle hänen asunnossaan ihmisläheisyyttä, sitä että oli ihmisiä ympärillä, sillä "kämppisten" mieliala tarttuu. Hän suunnitteli myös ottavansa ”sohvasurffaajia” kotiinsa eli tarjoavansa turisteille kotiansa sohvaa yöpymispaikaksi.

Avopuolisoiden asunnoista haettiin erilaisia elämyksiä. Tiinan asuntoon Marko ja Tiina menivät rauhoittumaan keskenään. Se oli heidän pesäkolonsa. Tässä asunnossa oma piha oli erittäin merkityksellinen ulkona luonnossa olemisen ja sisällä olemisen välitulana.

Tiinan asunto on silleen niin, että takana alkaa niittymaisema, jota ei saa rahallakaan. Maisema puineen, sellainen muuri siellä takana, sellainen kivimuuri. Sinne takapihalle kun menee on niiku satatuhatta edistysi ajassa. (Marko, S-aineisto)

Myös eläkkeellä oleva Sirkka-Liisa asui kahta asuntoa. Hänen muistisairas puolisonsa asui palvelutalossa, jossa Sirkka-Liisa kävi usein. Sirkka-Liisalla on myös oma kerrostaloasunto. Hän asuu molempia asuntoja, koska huolehtii avopuolisostaan sekä ilmeisesti ylipäättään haluaa viettää aikaa tämän kanssa. Yhdessä he aterioivat ja katsoivat televisiota. Sirkka-Liisa sanoi nauttivansa, kun puoliso hieroi hänen jalkojaan.

## 7.2.KODIN TUNNUN SISUSTAMISEN TAVAT

Kirjallisuuskatsauksen ja koehaastattelun pohjalta ennakkoin löytyvän seuraavia sisustamisen tapoja: tarvelähtöisyyden, pienillä esineillä ja teksteillä sisustamisen, oman historian esille tuomisen, halukkuuden itse tekemiseen tai ulkopuolisten palveluiden käyttämiseen. Käyttämäni koodi oma historia sisustamisen tapana tarkoittaa haastateltavan kotona jo valmiina olevien tavaroiden sekä tämän oman elämänkulkunsa aikana omaksumien tapojen, arvojen ja oman maun vaikutusta sisustusvalintoihin. Pohdin myös trendivaikutteista ajanmukaista sisustamista, olisiko se sisustamisen tapa. Kuitenkin tässä aineistossa trendien ja ajanmukaisten sisustamistyylien seuraaminen vaikutti toimivan pikemminkin sisustamisen tietotaidon hankkimisena kuin kokonaisena sisustamisen tapana. Haastattelutekstejä koodatessani löysin muitakin yksittäisiä sisustamisen tapoja: tunnelman luominen, yhteys luontoon ja ympäristöön, kalusteiden uudelleen järjestely, tilan hallinta, valo ja valoisuus sekä varastointi ja keräily. Kysyin myös sisustamisen haaveista. Myös haaveet koodasin sisustamisen tavoiksi. Perustelen tätä sillä, että erään haastateltavan, Auran, sisustamisen yksi

<sup>15</sup> tai vuokralaisia Tiinan asunnossa, en ole varma, oliko Tiinan asunto omistusasunto vai vuokra-asunto

käytäntö on virtuaalisustaminen tässä ja nyt. Vaikka joillakin haastateltavilla oli haaveena yksittäinen hankinta, kuten iso ruokapöytä, tarkoitti haave kuitenkin toiminnallisuuden tavoittelua tai jotain muuta laajempaa merkitystä.

Tarkemmin aineistoa luettuani sisustamisen tavat ryhmittivät muutamiin kokonaisuuksiin, joita käsittelen tämän otsikon alla. Tunnelman luomiseen liittyi läheisesti valo, osittain pienillä esineillä sisustaminen ja osa haaveista. Käytännöllinen sisustaminen oli tarvelähtöistä, tilan hallintaa ja myös varastointia. Pienien esineiden tärkeys ja niiden kuuluminen sisustamiseen vaikutti olevan hyvin merkityksellistä. Edellisessä luvussa kuvailin yhteisöllisen ja itselle merkityksellisen materian merkityskokonaisuuden. Pienet esineet liittyvät niistä molempiin. Pienet esineet julkituovat ihmissuhteita, ne ovat osoituksia itsensä toteuttamisen tavoista ja ne tuovat esillä olollaan ylipäättään mielihyvää. Kodin sisustaminen irtoaa kuitenkin myös itse kodin tilasta ja sen esinemaailmasta niin tilallisesti kuin ajallisestikin. Haaveet ja tavoitteet -koodin ryhmitin yksinään omaksi teemakokonaisuudeksi, sillä se selvimmin irtoaa tästä hetkestä. Sisustamisen tapa -koodeista - oma historia, yhteys luontoon ja ympäristöön sekä valoisuus ja valo - muodostin teeman huomio kodin tilasta ja tavaramaailmasta ulospäin.

Hyvin vähän haastatteluissa puhuttiin ammatissustajien käyttämisestä. Mutta kun itseään taitavana sisustajan pitävä Sirpa kertoi käyttäneensä ammattilaisen apua muuttaessaan nykyiseen kotiinsa, asiasta syntyi vähän keskustelua. Kuitenkin kaiken kaikkiaan sisustamisen asiantuntijoiden merkitys sisustamisen tapana oli aineistossa hyvin vähäinen.

## TUNNELMAN LUOMINEN

Sannalle syksy toimii sisustamisen impulssina. Hänestä syksy on parasta aikaa, jolloin hän luo kynttilöillä ja pöytävalaisimilla tunnelmaa. Sannan poika oli kerran sammuttanut alakerrasta valot: sanoi sammuttaneensa kaksitoista valaisinta. Kun kysyin mitä teet syksyllä, kun sisustat, muut vastaavat, että uusia lamppuja, uusia kynttilöitä. ”Hämärän hyssy” on Sannan ideaalitunnelma.

Juliukselle yhdistelmä tunnelman luominen, tilan hallinta ja tyyli tarkoittaa minimalismin tavoittelua sisustamisessa. Vaikuttaa, että hän on hyvin taitava tunnelman luoja vähäisin keinoin. Vähän, mutta harkittua tavaraa ympärillä: joogaa, aromaterapiaa, raitista ilmaa, riittävää yöunta, näistä koostuu Juliuksen koti. Aistien ja mielen maiseman avulla luotu tunnelma tuo viihtyvyyden Juliuksen kotiin.

Tunnelmaa luodaan paitsi hämäryydellä myös valoisuudella, värimaailmalla, harmonisella yleisvaikutelmalla, musiikilla, tuoksulla, raittiilla ilmalla, tietyllä tyyliuunnalla, vanhojen

huonekalujen tarinoilla, kasveilla, luonnon tulemisella sisälle, taide-esineillä, tilaratkaisuilla ja elävällä tulella.

Kodin kalusteiden uudelleen järjestely mahdollistaa uutuuden tunteen ilman, että syntyy kustannuksia tai tarvitsee olla tietoinen sisustustrendeistä (Soronen 2011, 167). Perusteena voi siten olla vaihtelun halu sisustukseen, kun ei ole varaa hankkia uusia huonekaluja. Saana kertoi toimivansa siten. Hän sanoi, että rahan niukkuus on syynä siihen, että uusien hankintojen asemesta hän vaihtelee olemassa olevien kalusteiden ja muiden tavaroiden paikkoja. Toiminta sinälläänkin voi tuoda mielihyvää. Leachin (2002) tutkimuksen taide-esineitä hankkineet henkilöt saivat tyydytystä itse tavaroiden uudelleen järjestelystä ja tällaisen uudelleenjärjestelyn tuomista uusista oivaltavista yhdistelmistä. Mahdollisesti Maiju hakee tällaisia uudenlaisia yhdistelmiä, sillä hän ei edes suunnittele uushankintoja yhtä uutta mattoa lukuun ottamatta. Ihmisen silmä tottuu tietynlaiseen samaan näkymään. Joskus saatetaan haluta testata, vieläkö esine on oikeutettu kuulumaan kodin sisustukseen ja siksi sen paikkaa vaihdetaan vaikka tilapäisestikin (Miller 2002). Aivan kuten uuteen kotiin muutettaessa (Kinnunen 2017) uudessa elämäntilanteessa tavaroita tarkastellaan uudessa valossa. Tällöin jotkin esineet saattavatkin nousta varastosta näkyvälle paikalle. Sirpa oli nostanut esille valokuvia lapsistaan ja omasta suvustaan, kun muutti yksin nykyiseen asuntoonsa. Aiemmin hänellä ei ollut valokuvia esillä.

Markolla on amebamainen mobiilikoti, joka muuntuu tarpeen mukaan kokouspaikaksi, hotelliksi, askartelutilaksi tai elokuvateatteriksi. Kun tarvitsee huoltaa tai korjata, siivota tai järjestää neuvottelutila usealle ihmiselle, huonekalut liikkuvat. Pöytä voi tulla Markon luokse sen sijaan, että Marko menisi pöydän ääreen, ja kävelevä muu pöytäseurue tulee pöydän perässä Markon luokse. Markon kalusteiden uudelleen järjestely on siten tarkoituksenmukaista. Koska hän on tottunut liikuttelemaan kalusteita, suunnittelee hän lähitulevaisuudessa tilan raivaamista yhdelle intohimolleen: legomaailman kokoamiseen. Valmiin rakennelman hän aikoo kuvata ja teettää kuvasta taulun seinälle. Muunlaisiin suunnitelmiin hänellä kuuluu myös makuupaikan järjestäminen satunnaisille matkailijoille (*coach surfing*).

Tilan hallinnassa oli kertomusten perusteella kyse toisaalta siitä, miltä tila kokonaisuutena visuaalisesti näyttää ja toisaalta siitä, että tila on käytännöllinen liikkumisen ja kotitoimintojen kannalta. Jotkut (Maiju, Sirpa, Anna, Julius, Kati, Maija-Stiina) korostivat kodin tilan esteettisyyttä, kokonaisuuden harmoniaa niin, että esineiden suhde tilaan oli esineiden koon, tyylin, värimaailman, designin ynnä muun perusteella sopusoinnussa. Käytännöllinen tilan hallinta tarkoitti Markolle ja Auralle helppoa ja turvallista liikkumista pyörätuolin kanssa. Ahtauden tuntua kotona liikuttaessa

haluttiin välttää (Maija-Stina, Ritva), lisäksi huonekalujen ja tavaroiden sijoittelu haluttiin sellaiseksi, että kotiaskareet ja tavaroiden löytyminen on helppoa (Marja, Hanna, Ritva ja Miira). Julius oli vaativin tilan suhteen, sillä hän tavoittelee sekä harmoniaa ja tilan luomaa tunnelmaa, aistillisuutta että tilan toiminnallista käytännöllisyyttä. Kaikille tilan hallinta oli merkityksellistä kotona viihtymiselle.

## KÄYTÄNNÖLLISYYS

Kinnunen (2017, 181) kirjoittaa asunnosta toiseen muuttamisesta: kun ollaan asettautumassa uuteen asuntoon, tavaroita järjestelemällä luodaan kotiin väyliä ja reittejä ja vakiinnutetaan rutiinien polkusia. Esineet järjestetään tukemaan asujien ruumiillisia tapoja ja rutiineja. Edelleen hän kirjoittaa, että usein ihmiset puhuvat esineistä ikään kuin ne itsestään etsiytyisivät sopiville paikoilleen ja löytäisivät itse paikkansa (mt., 169). Nean tapa sisustaa opiskelija-asuntonsa on mitä suurimmassa määrin tarvelähtöinen: ”Et tavarat löytää paikoilleen, silleen et niitä on helppo käyttää. Telkkari asettuu siihen, missä aurinko ei häikäise ja töpseli on lähellä.” (Nea, S-aineisto) Muuton yhteydessä myös Päivi vaikuttaa sisustaneen nykyisen kotinsa tarvelähtöisesti:

Myö muutettiin tuohon kerrostaloasuntoon viime syksynä. Siinä vaiheessa oli esimerkiksi pakko uusia kalusteita. Omakotitalossa oli kaheksan hengen pöytä ja eihän se sinne kerrostalokaksioon mahtuna. Että pienempi keittiön pöytä ja pienempi sohva, et kulumasovasta joututtiin luopumaan. (Päivi, S-aineisto)

Maija-Stiina lukee paljon kirjoja ja hankkii niitä myös lisää. Niinpä kirjahyllytila käy aika ajoin vähiin. Hänen kotiinsa on jouduttu sekä ostamaan lisää kirjahyllyjä että viemään kirjoja mökille. Miiran lapsiperheen elämänvaiheessa on jouduttu kalustehankinnoissa huomioimaan pintojen helppo puhdistettavuus ja hoito, sillä arki täyttyy monenlaisesta työstä.

Jokaisen tavaran täytyy sopia senhetkisiin kodin käytäntöihin, kodin asukkaan ja asukkaiden identiteettiin sekä olemassa olevaan muuhun kodin aineelliseen maailmaan (Epp & Price 2010). Tästä esimerkkinä ovat Päivin keräämät vanhat astiat. Ne ovat varastossa, koska hän ei voi sijoittaa niiden esillepanoon lasivitriiniä niin kauan kuin nuorempi poika asuu hänen kanssaan. Tulevaisuudessa nämä astiat pääsevät paraatipaikalle. Paavilaisen (2013, 185) tutkimuksen mukaan tavaroiden paikasta ei voinut suoraan päätellä, mikä esine oli mieluinen ja mikä ei. Esillä pidetty mieluinen esine saattoi olla rikkinäinen teevee tai arvoton kynttilänjalka samalla kun designvaasia pidettiin vastenmielisenä. Jotkin esineet olivat jonkinlaisessa välitilassa odottamassa sopivaa paikkaa ja aikaa tulla esille tai käyttöön. Kaikkein arvostetuinkin esine saattoi olla varastossa.

Varastoimisen perusteena voi olla tilan hallinta. Tästä on esimerkkinä, miten Julius vaihtelee vuodenajoin tavarointa varaston ja asunnon välillä.

Meillä on sellainen käytäntö, et aina kausittain viedään urheiluvarusteet varastoon ja pois varastosta. Et kun tulee talvi, niin sukset ja lumilaudat tulee esille ja sit kun tulee kesä, ne menee varastoon. Sitten tulee esimerkiksi skeittilauta tai tällaista. (Julius, S-aineisto)

Tavaroita varastoidaan myös siksi, ettei niistä syystä tai toisesta raaskita luopua. Nea sanoi, että he vievät kellarin häkkikomeroon kaikenlaista ylimääräistä tavaraa pois silmistä ja siten pois mielestä. Siellä on myös rikkinäinen imuri odottamassa korjaamista. Esineistä luopuminen on Kinnusen sanoin huolen läpäisemää (2017, 191). Esineistä kannetaan vastuuta. Niistä halutaan luopua oikealla tavalla, jotta ne eivät perusteetta muutu esineestä jätteeksi.

Totta kai häkkikomeroon kannetaan kaikkee muuta ylimäärästä rojua, mitä ei välttämättä tarvii. Me ollaan viety sinne esim vanha imuri joka meni rikki. Kun me ei oikeen tiedetty, mihin meidän pitäis viedä se, koska kuulemma, puolison mukaan, sen pystyy korjaamaan. Minä en haluu pitää sitä meillä siellä sisällä. Tommosia tavaroita varmaan viedään sinne varastoon, että ne ei oo näkösällä siellä asunnon sisällä. Ja ne odottaa sitten siellä sitä korjausta. (Nea, S-aineisto)

Sekä Sirkka-Liisa että Ritva sanovat pitävänsä siisteyttä ja järjestystä tosi tärkeänä. Molemmilla on kuitenkin paljon kankaita, jotka eivät tahdo mahtua mihinkään kotona. Kumpikin on luopunut isosta osasta huonekaluja, mutta kankaista ja joistakin vaatteista he eivät ole valmiita luopumaan. Ne ovat Ritvan ja Sirkka-Liisan harrastusten raaka-aineita ja siten liittyvät heidän identiteettiinsä. Ne ovat myös aarteita. Ritva sanoo perineensä ison osan kankaista modistisukulaiseltaan. Tämä oli tehnyt iltapukuja Linnan juhliin. Hänellä on hienoja kankaita ja italialaisia nappeja. Sirkka-Liisa toteaa, ettei hän ehdi kaikkia kankaita käyttämään. Hänellä on myös varastoituna vaatteita, joista ei voi kerta kaikkiaan luopua. Hän perustelee:

Ykskin takki keltainen, missä on Italiasta ne napit, jotka maksaa kymmenen euroa kappale ja siinä on 11 nappia. Niin ei. Se on niin upee, jakku tällainen. Ja Versasin aurinkonapit. (Sirkka-Liisa, S-aineisto)

Sisustustuotteiden keräilyä toteutetaan joko jonkin suunnitelman mukaan tai satunnaisesti hankitaan silmää miellyttäviä esineitä, kun sellaisia ilmestyy eteen (Leach 2002; Paavilainen 2013). Suomen aineiston perusteella esineitä kerätään koteihin molemmilla tavoilla.

## PIENET ESINEET

Lahjojen, valokuvien ja muiden kodissa esillä pidettävien pienten esineiden merkitystä on tutkittu paljon. Yleensä ne ilmentävät ihmissuhteita. Moneyn (2007, 373) haastattelemien ihmisten olohuoneissa esillä olleet esineet yhdistyivät ihmissuhteisiin kolmella lailla. Ensinnäkin ne olivat osoitus vastuun tai velvollisuuden tunnosta perheenjäseniä ja muita läheisiä henkilöitä kohtaan. Tämä voidaan nähdä myös käytäntönä osoittaa rakkautta, välittää läheisistään (Miller 1998, 15; Gram-Hanssen & Bech-Danielsen 2004). Näkyvällä läsnäolollaan esineet myös muistuttavat näistä läheisistä ihmisistä. Muistoesineet ja valokuvat häistä, valmistujaisista ja muista tapahtumista sekä tärkeistä paikoista julkituovat henkilön historiaan liittyvät merkittävät tapahtumat samalla kun ne ylläpitävät muistikuvia niistä. Läheisiltä saatuja lahjoja pidetään esillä, vaikka esineet sinällään eivät välttämättä ole oman maun mukaisia. Hurdleyn (2006, 724) haastattelema isoäiti piti takkansa päällä lapsen lapsensa tekemää taikinapalloa, joka sinällään oli ruma, mutta se muistutti isoäitiä rakkaasta pikkupojasta. Lisäksi isoäiti halusi pitää sen esillä lapsen vierailujen varalta osoittaakseen tälle pikkupojalle kuinka paljon hän pitää lapsesta. Yleisestikin koska lahjan antaja on uhrannut lahjan eteen omaa aikaa, vaivannäköä ja rahaa, lahjansaaja voi kokea velvollisuudeksi pitää sitä esillä ja kertoa lahjasta ja lahjan antajasta muille ihmisille.

Ihmissuhteet tulivat esille tämänkin tutkimuksen haastateltavien puheissa, kun kysyin valokuvista, koriste-esineistä ja muista pienistä esineistä. Katilla ovat lasten työt, lahjaesineet ja muistot perhetapahtumista sulassa sovussa katon rajassa.

Mulla on korkea katto, heinäseiväs on kettingillä. Siinä mulla roikkuu kaikkee, mitä oon muistona saanu. Jostain häistä on savijuttuja tehty ja lahjaksi saanu jotain kivoja juttuja mitä oon laittanu siihen. Tuikkulyhtyjä roikkuu. Lasten tekemiä, semmosia koristeita, mitä ovat tehneet. Siellä on niinku tämmösiä. Mie tiän aina niinku keneltä, nuo on sieltä juhlista, tuon mie oon saanu sillon merkkipäivänä...Mie vaihtelen toki aina vuoden ajan mukkaan. Että jos lapset on tehneet sokerinarusta ja siitä sokeriliemestä palloja ja koripalloja. Ne on valakeita, nii mie aina laitan ne talvella ja sitten aina kesällä laitan jotakin muuta. (Kati, S-aineisto)

Katille tuntuu olevan merkityksellisempää, mistä tai keneltä esineet ovat peräisin ja mihin tapahtumaan ne liittyvät kuin mitä nuo esineet ulkoisesti katsoen ovat. Ne ovat "tämmöisiä", mutta lasten tekemiä.



Jos kuitenkin sisustamisen tavoitteena on yksinkertaisuus, ovat lahjaksi saadut koriste-esineet ongelma. Lahjat eivät useinkaan sisustustyyllillisesti sovi kodin esineistöön, koska ne on hankittu ja lahjoitettu ihan eri perustein kuin sisustamistarkoituksessa. Lahja ilmentää saajan ja antajan välistä suhdetta (ks. sivu 69). Esimerkiksi Hanna ei raaski antaa lahjaesineitä eteenpäin tai myydä niitä. Niinpä hän varastoi mieluummin ne, joita ei pidä esillä. Ajatteleeko hän, että esineistä luopuminen olisi loukkaus niitä ihmisiä kohtaan, jotka ovat ne hänelle lahjoittaneet? Kuitenkin avopuolison sukulaisilta saamia lahjoja hän tuntuu pitävän esillä ilmeisesti velvollisuuden tunteesta.

Meillä käy poikaystävän jotain sukulaisia, joilla on sellaisia tuotteita, mitä ne on halunnu antaa lahjaks. Niinku on nuorempana saanu ja on halunnu, että ne olis meillä nytkin esillä. Ja mun poikaystävä on vähän kiltimpi sanomaan vastaan, jos hankkään ei siitä pitäis. Mut on meillä sit niitä. Ei ne kaikki oo ihan mun suosikkia, mutta kyllä meillä niitä on. (Hanna, S-aineisto)

Saanalla, Ellalla ja Annalla vaikuttaa olevan tiukempi linja. Saana kertoo kyllä ottavansa iloisena vastaan mummolta tai muilta sukulaisilta lahjoja, mutta laittaa ne esille vain, jos ne ovat hänestä esteettisiä tai hyödyllisiä. Ella sanoi, ettei hän laita ”rumia esineitä mihinkään roikkumaan”. Anna on ratkaissut pienesinelahjaongelman kertomalla selvästi lähipiirilleen, että ”krääsää hän ei tuu pitämään esillä”. Anna on varmamakuinen tunnelman luoja, joka arvostaa tilaa ympärillään.

Omien tai lähipiiriin kuuluvien lasten tekemiä kätten töitä pidetään esillä puheiden perusteella useammin kuin valokuvia. Päivi mainitsee poikansa puutöissä tekemät työt. Ritvan jääkaapin ovesa on aina jotain lasten piirustuksia. Maijulla itsellään ei ole lapsia. Hän pitää keittiön seinällä sisarensa lasten piirustuksia ja muita heidän tekemiään töitä, mistä Maiju käyttää nimitystä vaihtuva taidenäyttely. Juha sanoi, että lasten työt ovat monesti tosi hienoja. Mutta kun niitä kertyy paljon, on se vähän hankalaa. Valokuvista Juha sanoi, että hänellä ei ole oikeastaan koskaan ollut esillä ylioppilaskuvien tapaisia kuvia. Varsinkaan kuvia hänestä itsestään hän ei haluaisi katsella. Ilmeisesti poseeratuissa valokuvissa Juhalle tärkeämpää on taiteellinen tai historiallinen merkitys kuin se, että valokuva esittää henkilöä nykyisestä lähipiiristä.

Joo mulla ei oo kotona eikä oikeestaan koskaan oo ollu mun ympäristössä tällaisia niin kuin ylioppilaskuvia tai sen tapaisia kuvia. Et ne on mulle jotenkin vieraita. Enkä mä... Tai sit jos ne olis hyvin vanhoja se olis eri asia. (Juha, S-aineisto)

Itse otettuihin tilannekuviin liittyy selvästikin poseerauskuvia enemmän muistoja ja positiivisia tunteita. Juhalla on esillä kuvia lapsista, kun he olivat puolentoista-kahden vuoden ikäisiä. Ne ovat

"hauskoja kuvia ja kaikilla on lakki päässä" näissä kuvissa. Sirpa sanoi olevansa vähän samoilla linjoilla Juhan kanssa. Tyhjentäessään äitinsä ja isänsä kodin näiden kuoltua hän löysi itse äidilleen äitienpäivalahjaksi tekemän valokuvakokoelman. Siinä on yhdessä kehyksessä suvun vanhoja kuvia, koko hänen sukunsa historia. Nyt se on hänestä kiva. Tämä sukuhistoria on saanut paikan Sirpan kotona isomummin vanhan kaapin päältä. Sinne hän on laittanut myös aikuisten lastensa lapsuuden tilannekuvia. Nyt kun lapset jo asuvat omillaan, Sirpasta tuntuu, että lapset ovat ikään kuin läsnä hänen kanssaan näiden kuvien myötä. Vaikka siis Sirpa nauttii nykyisestä elämästään asuessaan yksin omassa pienessä kodissaan, haluaa hän tuntea läheistensä läsnäolon. Näin ajatteli myös Päivi. Lisäksi omasta historiastaan muistuttamassa on Päivin kotona vanhempien valokuvia ja lapsuuden kodista joitakin hänelle rakkaita tavaroita.

Mullon vanhempien valokuvia ja lapsuuden kodista joitakin rakkaita tavaroita...Nii ja makuuhuoneessakkii mullon lasten valokuvat, vanhempien valokuvat ja niinku mummojen ja ukkien. Minä jotenkii, ne on minun perhettä, vaikka ne onkin ajasta iäisyyteen lähteny. Mutta minä haluan, että ne on kaikki läsnä siellä. (Päivi, S-aineisto)

Juliuksella lieenee lämmin suhde äitiinsä, sillä Julius kertoo ylpeänä äitinsä tekemästä maljakosta ja kehuu sitä näyttäväksi. Näyttävyyttä korostamaan Julius pitää maljakossa usein kukkia. Toisesta esineestä hän ei kerro, onko hän saanut sen lahjaksi vai ostanut itse. Siten oletan, että siihen ei liity ihmissuhteita, vaan se tuo visuaalista mielihyvää hänelle itselle ja mahdollisesti myös hänen avopuolisolleen.

Esineiden ainoa tarkoitus voi olla myös pelkästään tuottaa mielihyvää itselle, siis sille joka on ne hankkinut ja asettanut esille. Miller (2006) selvitti Karibialta kotoisin olevan Marcian kitsiltä vaikuttavan koriste-esineistön merkitystä tälle. Marcian Lontoossa oleva koti oli täynnä näitä esineitä. Esineet saivat hänet unohtamaan, että hän asui yksin. Hänen kotonaan oli runsas joukko patterilla toimivia, väriä vaihtavia ja mitä erilaisimpia ääniä päästäviä figuureja. Siellä oli laulava joulukuusi, raggaemusiikin tahdissa lantioitaan liikutteleva joulupukki, siipiä heilutteleva ja väriä vaihtava uhkeamuotoinen enkeli, eri maiden kansallispuvuissa olevia pellejä ja inkkari puolialastomien auringonpalvojien joukossa. Esineet pitivät yllä Marcian mielialaa ja veivät hänen ajatuksensa pois kaikista niistä haaveista, joita hän ei ole voinut eikä enää voi saavuttaa (mt., 247). Ne muistuttivat ulkomaanmatkoista, suuremmasta maailmasta ja onnellisemmista ajoista hänen elämässään. Millerin tulkinnan mukaan esineet olivat tunteiden välittäjiä ja tässä tapauksessa lähes taivaallisen mielihyvän tuottajia.

Aura vaikuttaa luoneensa kotiinsa marciamaisen fantasiamaailman tuottamaan mielihyvää itselleen. Hänellä on keittiössä oman luontouskontonsa alttari, missä on jumalfiguureja, paljon valokuvia ja mausteita. Muualla asunnossa on luonnon uskovien taidetta seinillä ja pöydillä. Mielihyvä lienee myös Sannan motivaationa, kun hän rakentaa kotiinsa tunnelmaa kynttilöillä, valaisimilla ja luonnosta keräämillään kivillä. Sanna ei halua kotiinsa Lokki-valaisimia, Mari-skooleja, Aalto-maljakkoita tai muita designesineitä. Hän ei pidä astioista. Hän on catering-alan yrittäjä, joka joutunee työssään käyttämään tällaisia esineitä.

Tämän tutkimuksen haastateltavista osa halusi selvästikin julkituoda pienten esineiden avulla jotain itsestään, omaa osaamistaan, keräilyharrastustaan ja muuta identiteettiin liittyvää asiaa. Kati tekee fantasiakakkuja ja järjestää "pippaloita" lähipiirilleen. Vaikuttaa, että hänen tuttavapiiristään ainakin osa koostuu käsityöammattilaisista. Hän itsekkin on koulutukseltaan kondiittori. Omien mestarillisten kätten taitojen esilletuominen identifioi hänet itseoikeutetusti käsityöammattilaisten joukkoon. Samoin Marko osti itselleen puusta veistetyyn ison karhunveistoksen, mahdollisesti moottorisahalla tehdyn. Häinkin on ollut ennen pyörätuoliin joutumistaan käsityöammattilainen. Edelleen hän tekee joitain "nikkarointeja". Onko Markollekin karhuveistos keino osoittaa toisille ihmisille, että hän arvostaa tällaista käsillä tekemistä? Minusta tällainen itserepresentaatio on rinnasteinen statuksen tavoittelun kanssa. Tavoiteltava status ei näissä tapauksissa ole korkea yhteiskunnallinen arvo-asema, vaan tavoitteena on osoittaa kuuluvansa tiettyyn ihmisryhmään. Kirjassaan elämäntyyleistä Chaney (1996, 4-6) väittää, että tämän päivän vaurauden esikaupungistuneessa länsimaaisessa yhteiskunnassa, jossa perinteiset sosiaaliset arvot ovat heikentyneet ja ihmiset maallistuneet, elämäntyylit ovat keinoja integroitua jokapäiväiseen elämään.

Päivi haaveilee olohuoneen vitriinistä, jonne hän voisi laittaa esille keräilemänsä vanhat astiat. Keräilijä on myös opiskelija Nea. Hänen kotonaan on kaikkialla erivärisiä Iittalan Kivikynttilälyhtyjä tuikkukynttilöille. Hän jatkaa keräilyä, sillä häneltä puuttuu vielä joitakin värejä. Onko Nean keräily sijaistoimintaa, pienimuotoista sijaissisustamista sille, että tässä elämänvaiheessa ja tässä opiskelija-asunnossa hänen ei kannata satsata sisustamiseen? Nea kertoo, että "suurin osa kuitenkin noista hyllyistä ja sängyistä on tullu lahjoituksina sukulaisilta ja vanhemmilta, nii ei siinä oikein ainakaan tällä hetkellä sisustuksella pääsekään nostattamaan mitään minäkuva tai egoa tai mitään muutakaan". Nea ja hänen avopuolionsa ovat opintojensa loppuvaiheessa ja tutkintoon valmistumassa. Tämän opiskelijaelämänvaiheen jälkeen Nea haaveilee omasta talosta, jota pääsisi maalaamaan ja tapetoimaan ja sisustamaan.

Sirkka-Liisalla on paljon tauluja. Niitä on kertynyt pidemmän ajan kuluessa. Yhden merimaisema-aiheisen taulun hän teetti parvekkeelleen. Lisäksi hänellä on sekä arkkitehtiavopuolison että lasten ja lastenlasten tekemiä tauluja. Maija-Stiina on kirjaihminen siinä määrin, että hänen kotiinsa ei juuri muita esineitä mahdu. Kirjoja on edelleen paljon myös Miiralla, vaikka hän sanoi miehensä kanssa karsineensa niitä uuteen taloon muuttaessaan.

#### HUOMIO KODIN TILAN JA TAVARAMAAILMAN ULKOPUOLELLE

Kun henkilö haluaa oman historiansa näkyvän kodissaan, tulee historia näkyviin kodissa olevissa esineissä. Joillekin koko kaluston tulee olla perittyä tai ainakin elämää nähnyttä. Joillekin muistoesineet ja valokuvat ajavat saman asian. Maiju sanoi, että hänellä pitää olla aina jotain vanhaa. Hän tuo esiin muun muassa vanhan rokokoo-tyylisen peilin, jonka hänen isänsä on tehnyt joskus 1950-luvulla ja jonka äiti on entisöinyt joskus myöhemmin. Siinä on jotain sellaista, mikä liittyy moninaisesti hänen historiaansa ja muistuttaa vanhemmista. Juhalla on ilmeisesti vieläkin useamman sukupolven kalusteita kotonaan, sillä hän sanoi jo lapsuuden kodin kalusteiden olleen vanhoja. Juhan ja ilmeisesti myös hänen vanhempiansa perinteisiin ei ole kuulunut ostaa huonekaluja. Sirpan mielestä huonekalut, jotka ovat olleet kodissa pidemmän aikaa ja olleet läsnä elämän kärsimyksissä, omaavat syvällisiä merkityksiä.

Opiskelija-Hannalla ei ole pitkää oman elämän historiaa takana. Hän sanoi, että oman kodin tuntu tulee muun muassa siitä, että näkee asunnossaan kavereiden ja perheen jäsenten valokuvia. Kenelläkään muulla ei ole sellaista kuvavalikoimaa. Ilmeisesti läheisten ihmisten läsnäolon tuntu tuo kotoista tunnelmaa Hannalle.

Ritva ja Julius toivat esiin omien käytäntöjensä ja taitojensa periytymisen kotikasvatuksen kautta. Ritva sanoi lapsuuden kodissaan oppineensa tekemään työt kunnolla, olemaan järjestelmällinen ja arvostamaan siisteyttä. Julius on saanut niin hyvät sisustamisen taidot vanhemmiltaan, ettei hänellä ole suurta tarvetta hakea lisää sisustamistietoa. Oma historia siis näkyy paitsi konkreettisissa esineissä myös käyttäytymisenä ja opittuina taitoina, resursseina.

Olin rajannut kysymykseni koskemaan kodin seinien sisällä tapahtuvaa asumista ja sisustamista. Kuitenkin haastateltavien puheiden perusteella kodin seinien ulkopuolella olevalla luonnolla, asuinrakennuksella, naapureilla ja rakennetulla ympäristöllä on vaikutusta asumisviihtyvyyteen ja kodin tuntuun. Pelkästään luontoympäristö vaikuttaa hyvin moninaisesti. Miellyttäväksi koettuja mainintoja tuli ikkunasta näkyvästä maisemasta, avonaisesta ikkunasta tulevasta raittiista ulkoilmasta

ja lintujen laulun kuulumisesta sisälle. Kun kysyin, mikä tekee kodista viihtyisän, Maiju kuvaili tuntojaan moninaisesti.

Kun menee sisään, tietää, että on kotona. Luulen, että siinä on ehkä jotain sellaista kolkkytluvun taloa... ja esimerkiksi ratikan ääni, kun se kulkee. Se kuuluu siihen että on kotona. [matkii ääntä] menikö vai tuliko se. Sitten mulla on Lintsi siinä kupeessa. Kesäisin kun on ikkuna auki kuuluu [matkii huvipuiston laitteiden ääntä]. Sekin kuuluu siihen viihtymiseen, että siitä näkyy puistoo ja on rauhallinen katu. Et siihen kuuluu pihan äänet ja sellaset. (Maiju, S-aineisto)

Oma piha tai parveke on erittäin merkityksellinen ulkona olemisen ja sisällä olemisen välitilana. Sirkka-Liisalla oli Helsingin keskustassa yksiö kattoterassilla. Siellä hän ihailee tähtitaivasta Helsingin kattojen yläpuolella.

Ainakin mulle on semmonen ihana kun nään vaan taivasta kun siellä on lasitus siinä mun terassilla. Kun minä olin sängyssäkin niin menin illalla sinne sänkyyn niin talvella näky tähtitaivas. Mä katson kaikki sitä ihanaa. Hirveen ihana kuulkaa kun ei näy mitään muuta kuin taivasta. Niin se on ihan uskomaton kokemus kun mä makaan selällään siellä. Ja muutenkin siellä meidän terassilla. Se on jotenkin jännittävää. Mä en nää mitään niitä ihmisiä siellä kadulla. Sieltä ei näy ollenkaan sinne alas. Siinä on nimittäin tällainen katu laitettu siihen mun ikkunan alle katolla. Semmonen missä kattomiehet pitää huolen kaikesta ja siinä on vieressä vielä semmonen kaide. Siinä näkyy vaan kattoja. Meri on kyllä ihan siinä, kun siitä ei ole kuin semmonen 500 metriä rantaan. Se on mulle semmonen ihana tunne. Ihana kun ei ole mitään muuta kuin sitä taivasta. (Sirkka-Liisa, S-aineisto)

Ulkoa kotiin kantautuvat äänet voivat olla asumisviihtyvyyttä huonontavaa melua. Marjan mielestä kaikki luontonäkymät eivät ole miellyttäviä. Hänestä ei ole kiva, jos näkymänä on sankka metsä, sillä se on kuin olisi seinä vastassa. Hän haluaa, että ikkunasta näkyy kauas ja mieluummin horisonttia kuin seuraava kerrostalo.

Sanna ja Maiju kantavat luonnosta kiviä ja käpyjä sisälle kotiinsa sisustusmateriaksi. ”Hämärän hyssyn” tunnelman luoja Sanna pitää myös luonnon yllätyksistä, sillä hän sanoi rakastavansa myrskyjä, ukkosia ja lumimyräkkää.

Auralle luonto on tärkeä eri lailla kuin niille, jotka ihailevat maisemaa ikkunastaan tai kuuntelevat linnunlaulua. Hän sanoi harrastukseksi ja elämänskatsomukseksi kuuluvan luonnonuskonnon.

Auralla on keittiössään luonnonuskonnan alttari. Lisäksi asunnossa on luonnon uskovien taidetta seinillä ja pöydillä.

Sopivan valoisuuden järjestäminen kotiin vaikutti olevan hyvin tärkeää mutta ongelmallista. Lähes jokainen haastateltava toi esiin valon. Haastateltavien mielestä on helpompi ostaa huonekaluja kuin valaisin, joka on valon määrältään, väriltään, heijastuvuudeltaan ja valon kohdistettavuudeltaan sopiva. Myös valaisimien standardipaikat katossa aiheuttavat ongelmia tilan valaisemista suunniteltaessa. Tarja sanoi, että itse valaisimen ostaminen on helppoa, vaikkapa netin kautta Saksasta. Alla katkelma keskustelua ensimmäisestä Helsingin haastattelusta:

Mä oikeestaan luulen, että valaistus vois olla aika tärkeä. Mä oon ainakin jatkuvasti liian hämärässä ja tuhraan ja teen enkä sitä huomaakaan. Kun on tottune sellaseen. Se on niinku tämmösissä tiloissa, missä on oikeesti hyvä valo vaikka lukemiseen. Sitä ei vaan tuu kotona ajatelleeksi. Sit mä huomasin, kun äidin näkö alkoi heikentyä, nyt häntä ei enää ookaan, että miten hankalaa on tavallaan äkkiseltään kotikonstein löytää sellasia hyviä valaisimia, jotka olis riittävän, valaisis tarpeeksi muttei häikäisisi. Hänkin aina sanoi, että ei ei tuo häikäisee... Helpompi on ostaa vaikka uusi tuoli kuin uusi lamppu. (Juha, S-aineisto)

Kun sä meet kaupasta ostaan, sitä ei vaan pysty siinä tietämään. Sopiikse sinne sun [tilaan] ja kuinka ison alan se todellisuudessa kattaa, kun ei ole mitään sellaista pimeää huonetta minne sais mennä ja kokeilla. Sitten [kotona toteaa] ai tällanen se olikin. (Maiju, S-aineisto)

Sitä on vaikee ajatella siellä, kun ei oo tavallaan vertailukohtaa, että mikä siellä olis se hyvä valo. Pitäs olla joku, joka tuo kolme neljä erilaista vaihtoehtoa, niin että se olis valaistu se tila. Niin sit vois sanoa, että joo tää on hyvä. (Juha, S-aineisto)

Valaistus on ollut kaikkein hankalin asia sisustuksessa aina, koska se tunnelmavaikutus ja tilan mittasuhteet ja kaikki muuttuu ihan täysin kun valaistus on oikein. Et mulle ei tarvinnu hankkii. Mut just tälle, et vedettiin sitten se koska se missä se olis roikkunu alas niin se ei ollu oikee. Niin ne veti sit sen siihen mihin mä sen halusin sen lampun. Tehtiin siinäkin tärkeitä asioita valaistuksen suhteen. (Sirpa, S-aineisto)

Marko tuo myös esille valon merkityksen ja sen ongelmallisuuden. Markon mielestä ledin tuottaman valon värisävy saa tuotteet, tekstiilit näyttämään hölmöiltä. Muutoin hän haluaa, että valoja pystyy himmentämään tarvittaessa.

Joillekin valaistus on osa tunnelman luomista. Julius haluaa valaistuksella ja värimaailmalla luoda kotiinsa sellaisen tunnelman, että siellä on helppo rentoutua. Saanalle lämmintä kotoisuutta tuovat pöytä- tai lattiavalaisimet. Hän käyttää harvoin kattovalaisinta päällä. Aura hakee toisenlaista tunnelmaa, kun hän pohtii sekä valoa että varjojen muodostamia kuvioita.

Mä kiinnitän hyvin paljon huomiota valaistukseen. Et mä saan luotua huoneeseen siihen sopivan valaistuksen ja et ne lamput ja kaikki muut sopii siihen miljööseen hyvin. Mä katon aina erikoisempii tämmösiä valon juttuja. Mä suosin sellasii systeemeitä tosi paljon, jotka heijastaa jonkun nätin varjon sinne seinälle, mutta kuitenkin saa tarpeeks paljon valoo ympärilleen, et ei välttämättä tarvii olla sellaista isoo yleisvaloo. Yleisvalo on tarkotettu siihen kun sä työskentelet. Ja jos sä haluat vaan viettää aikaa, niin siihen sopivat vähän himmeemmät valot. (Aura, S-aineisto)

#### HAAVEITA JA TAVOITTEITA

Juha spekuloi ja pohtii, että jos muuttaisi asumaan yksin, hän sisustaisi kotinsa hyvin pelkistetysti. Ei hän eivätkä hänen lapsuudessaan hänen vanhempansa ole juuri ostaneet huonekaluja, vaan ne ovat kulkeneet perintönä. Ainoastaan lapsille hän on aiemmin ostanut jotain kirjahyllyjä ja sellaista "tarpeellista". Pelkistetty tarkoittanee, että hänellä olisi vähemmän huonekaluja ja muita tavaroita, mutta oletettavasti hän edelleen käyttäisi vanhoja käsin tehtyjä huonekaluja.

Mutta mä ajattelin noin niinku ajatuksellisena tilanteena että joutus niinku hankkimaan uudet. Ja silloin mä tekisin varmaan hyvinkin pelkistettyä [tyyliä]. Nyt on... Mut sit se olis sen jälkeen [kun olen muuttanut asumaan sinne] se olis ainakin jos mä muuttaisin sinne yksin, täynnä mitä ihmeellisempiä kirjapinoja joka tapauksessa. Mutta en mä välttämättä tykkää semmosesta tavarapaljoudesta, mitä mäkin sitten kyllä ympärilläni näen. (Juha, S-aineisto)

Kuitenkin tässä ja nyt Juhan tavoitteena on "negatiivinen sisustaminen" eli hän haluaa vähentää kalusteiden määrää.

Joidenkin haastateltavien haaveet olivat yksinkertaisia eivätkä vaikuttaneet kovin kalliilta toteuttaa. Maiju haaveilee uudesta matosta, nojatuolin entisöinnistä ja pistorasian korjauttamisesta. Aura haluaisi lisää hyllytilaa kylpyhuoneeseen ja olohuoneeseen. Sanna haluaa parvekkeelleen yrttitarhan. Saana haluaisi ison ruokapöydän. Keräilyastioidensa esillepanon lisäksi Päivin isompi haave on päästä asumaan kolme kuukautta talvella jossain lämpöisessä maassa. Markon tulee pystyä liikkumaan sujuvasti pyörätuolilla kotonaan. Jonkin verran Markolla on vielä ongelmia sähköjohtojen kanssa. Televisiot<sup>16</sup> ovat seinillä. Nyt hän haaveilee johdottomasta imurista. Hänestä on "hemmetin raivostuttavaa", jos sähköjohtoja on lattialla. Liikuntaesteiselle ne voivat olla vaarallisia, sillä johdot voivat takertua pyörätuolin pyöriin. Jos hän, isokokoinen ja painava mies kaatuu, joutuu hän pahassa tapauksessa soittamaan palokunnan nostamaan itsensä ylös.

Marjalla on mielestään toteuttamiskelvottomia haaveita. Hän haaveilee vaaleasta tilasta, jossa ei olisi mitään turhaa. Ja siellä olisi yksi komea sohva, jossa voisi ottaa päiväunia. Hän asuu vuokra-asunnossa ja siksi hän ei voi tällä hetkellä toteuttaa haavettaan. Kun haastattelun lopuksi kysyin, tuleeko haastateltaville mieleen jotain muuta sisustamiseen liittyvää asiaa, jota ei ole käsitelty, Marja vastasi:

Mullois yks kysymys. Mitä nykyssä sisustamisessa vihaat ja inhoat. Mullon ylitse kaiken, mitä mä inhoon männä vuosien vallitsevan sisustustrendin mukaista tapaa maalata yksi peräseinä semmosella maitokaakaon ruskeella. Nii se on mikä pilaa mun suunnitelmat niinku joka päivä pelästyn kun mä nään sen seinän. Se on vuokrakämpä ja mä en voi maalata sitä vaikkapa harmaaksi. (Marja, S-aineisto)

Ne, joilla oli isompia remonttihaaveita, pitivät haaveen toteutumisen esteenä remontin aiheuttamaa vaivaa. Kun ison tilan remontoiti, täytyy kaikki tavarat raivata pois ja viedä väliaikaiseen varastoon jonnekin. Tämä voi olla paitsi hankalaa, myös lisäkustannuksia aiheuttavaa. Myös ylipäättään remontin keskellä asuminenkin on epämiellyttävää. Maija-Stiina valittaa, että remontin toteuttamisen hankaluuden takia heidän kotinsa huoneista on tullut nukkavieruja. Jaana on jo pidemmän aikaa haaveillut toisen makuuhuoneen remontoimista.

Et tavallaan että saa sen kokonaan tyhjäksi. Et menee vähäks aikaa koko huusholli sekasin ku yhtä rempataan sitten. Nii se on aika iso rojekti. Lattiat pitäs vaihtaa ja... kämpä vaihtaa (Maija-Stiina, S-aineisto)

---

<sup>16</sup> Ilmeisesti hänellä on useita televisioita tai sitten hän tarkoittaa televisioita sekä avopuoliso Tiinan että hänen asunnossaan.



Miiran perhe on päässyt muuttamaan uuteen rakennuttamaansa omakotitaloon. Hän sanoi, että rahat ovat loppu. Sitten kun on varaa, hän hankkii kalusteet työhuoneeseen ja laittaa pihan kuntoon. Ilmeisen isossa omakotitalossa asuva Kati sanoo, että hän joutuu miehensä kanssa kaiken aikaa suunnittelemaan talon kunnon ylläpidon kannalta välttämättömät korjaukset. Esimerkiksi heidän on uusittava talon katto seuraavan viiden vuoden kuluessa. Mikäli näiltä korjauksilta jää rahaa, pääsevät he tekemään mukavuutta ja viihtyisyyttä lisääviä remontteja. Hän haaveilee uunin ja takan uudistamisesta sekä kylpyhuoneen ja kodinhoitohuoneen remontoimisesta.

Parisuhteessa elävät ja valmistumassa olevat opiskelijat Nea ja Ella suunnittelevat jo tulevaisuuden kotiaan. Nea ostaisi talon, johon pääsisi maalaamaan seinä ja laittamaan tapetteja. Ella on mennyt haaveilussaan pidemmälle. Hänen tulevaisuuden kotinsa on tunnelmallinen seurustelu- ja oleskelukoti, jossa huonekalutkin tarinoivat ihmisten kanssa. Kalusteet hän hankkisi ”kirppareilta” ja antiikkikaupoista, jotta niille voisi kuvitella tarinan ellei niiden tarina ole tiedossa. Annan tulevaisuuden kodissa olisi mahdollisimman vähän tavaraa, jotta olisi tilavuuden tuntua. ”Se tavara mitä tarvii nii se olis jotenkin siististi jossain” (Anna, S-aineisto). Koska hän kokkaisi mielellään yhdessä kavereidensa kanssa, haluaisi Anna avaran yhteisen tilan keittiölle ja olohuoneelle. Annan unelmakodissa olisi verstaas hänelle itselleen. Saana haluaisi tulevaisuuden kotiinsa oman ompeluhuoneen. Hanna sanoi tykkäävänsä pestä pyykkiä. Hän haluaa tosi ison kodinhoitohuoneen, jossa olisi kaksikin pyykkikonetta.

Eläkkeellä oleva Ritva muutti reilu vuosi sitten yhteen miesystävänsä kanssa. Muuton yhteydessä ja sen jälkeenkin hän kävi omat tavaransa läpi ja karsi niitä paljon. Haaveista kysyttyäni Ritva vastasi haluavansa karsia edelleen tavaramäärää kodissaan. Ilmeisesti tulevaisuuden karsinta kohdistuisi tavaroihin, jotka ovat avopuolison mukanaan tuomia. Tämän järjestelyn jälkeen hän haluaisi yhtenäisen sisustustyylin. Toinen eläkeläisnainen Sirkka-Liisa suunnittelee aloittavansa uuden aikakauden. Hänellä on ollut antiikkivaihe elämässään, mutta nyt hän ei halua ostaa mitään antiikkia. ”kun ite oon jo antiikkia en halua mitään antiikkia, vaan mä haluan jotain ihan modernia ja kaunista” (Sirkka-Liisa, S-aineisto).

## SISUSTAMISEN IMPULSSIT

Elämäntilanteessa tapahtuva muutos sysää ihmisiä uudelleen ajattelemaan asumistaan ja kotinsa tavaramaailmaa. Tämän tutkimuksen haastateltavien elämäntilannemuutoksia olivat: avioero, lasten muuttaminen pois lapsuuden kodista, leskeksi jääminen, eläkkeelle siirtyminen, liikuntakyvyn menettäminen sekä asunnon ja asuinpaikkakunnan vaihto. Pakon sanelemana uusi elämäntilanne voi kääntyä positiiviseksi uuden elämäntilanteen alkamiseksi, kuten Päiville tuntui tapahtuneen. Tarja on

eroamassa puolisostaan ja suunnittelee muuttoa. Hän pohtii muun muassa, että televisiokeskeistä olohuonetta hän ei halua. Nykyajan tietotekniset välineet ovat monipuolisia ja mukana kulkevia. Omia ohjelmia voi katsoa missä vain ilman, että tarvitsee suunnitella erikseen katselupaikkaa tai työhuonetta.

Isommat kodin remontit vaativat monenlaisia järjestelyitä. Usein putkiremontin ajaksi asukkaat joutuvat etsimään uuden väliaikaisasunnon. Samalla vaivalla voi sitten toteuttaa muitakin saneerauksia. Näin Jaana sanoi toimineensa. Kun heidän kerrostalossaan tehtiin putkiremontti, uusittiin hänen kodissaan kylpyhuoneen lisäksi kaikki seinäpinnat ja olohuoneeseen hankittiin uudet huonekalut. Sirkka-Liisa oli juuri joutunut muuttamaan putkiremontin ajaksi pois asunnostaan. Hän on suunnitellut joko myyvänsä koko asuntonsa tai vaihtavansa sisustuksen minimalistiseksi ja ostavansa vain designkalusteita.

Sisustamisen ja kalustamisen impulssina voi toimia tarveharkinta. Rikki menneen mikroaaltouunin tilalle halutaan pian uusi vastaava. Markolta romahti sohva ja tilalle hän halusi uuden, vahvemman sohvan. Marja vaikuttaa sietävän jonkin aikaa rikkinäisiä ja kuluneita huonekaluja. Vasta kun on tarpeeksi kulunut aikaa, hän saavuttaa katselemisen kyllästymispisteen ja alkaa hankkiutua eroon ”risasta tuolista”.

Muutokset kodin sisällä saattavat siten perustua tarveharkintaan, elämäntilanteen muuttumiseen tai jonkinasteisen mielihyvän tavoitteluun. Seuraavassa selvitän tarkemmin, mitä merkityksiä haastateltavat liittivät kotiensa sisustukseen, oli sitten kyse aineellisesta tai aineettomasta materiasta.

### 7.3.MERKITYSKERTOMUKSIA

Alunperin oletin eettisyyden olevan yksi merkittävä tekijä sisustamiseen liittyvissä hankinnoissa. Yksikään ei kertonut hankinnoistaan siten perustellen. Vaikka haastateltavat ostavat ja myyvät sisustustuotteita käytetyn tavarankäytön kauppapaikoissa, eivät he perustelleet toimintojaan eettisillä seikoilla. Käytetyn tavarankäytön kauppapaikat näyttävät saavuttaneen jo hyvin vakiintuneen aseman kaupankäynti- ja tavaroidenvaihtopaikkoina. Tarpeettomista ja liioista tavaroista luopumisen ja kierrättämisen motivaatio on mieluummin hyvin minäkeskeinen mukavuusasia. Kotona on mukavampi olla ja liikkua, kun ei ole liikaa tavaraa. Tavaroista luopujalla on varmaan parempi omatunto, kun hän vie tavaransa kierrätyspaikkaan jäteastian asemesta (vertaa Kinnunen 2017, 191). Ainakin Marko sanoi, että hän ja hänen avopuolisonsa Tiina pyrkivät olemaan tiettyssä mielessä ”vihreitä”, kun eivät juurikaan vie jäteastiaan sisustustavaroita. Hän toivoi Suomeen myös tavaroiden vaihtamiseen sopivaa foorumia.

Meiltä kaatopaikka saa meiltä hyvin vähän mitään. Et jos me ei saada niitä huuto.netistä eteenpäin myytyä, me etsitään niille hyviä koteja. Jos me katotaan, että henkilö heittää sen seuraavalla viikolla roskeen, niin me ei anneta sitä sille.

(Marko, S-aineisto)

Vielä ei näytetä omaksutun tietoa siitä, että jätteistä pyritään erottelemaan raaka-aineiksi kelpaavat materiaalit uusiokäyttöön.

## VIIHTYMINEN

Maijulle viihtyisä koti vaikuttaa olevan juuri nykyinen koti. Ensin hän sanoo, ettei osaa määritellä viihtyisää kotia. Sitten hän kertoo miellyttäviä piirteitä omasta kotitalostaan ja asunnostaan. Viihtyisyys syntyy näiden kaikkien tekijöiden yhdistelmästä, ja se lähtee asuintalosta. Hän asuu vanhassa 30-luvun kerrostalossa Helsingissä. Asunnossa kaapin ovet ovat siltä aikakaudelta, mutta siellä on myös jotain modernia "silausta" ja hänelle mieluisaa värimaailmaa. Auran, Juliuksen ja Annan kodeissa viihtyminen ei liity siellä olevien tavaroiden "sisäisiin" ominaisuuksiin. Viihtyminen on heille tunne, joka tulee kaikkien aistien kautta.

Esimerkiksi tuoksut, aromaterapia ja tämmöset eteeriset öljyt. Niin ne on sellasii, et jos halua luoda semmosen ilmapiirin, ni pystyy luomaan. Sit meillon myös kasveja aika paljon. Ne vaikuttaa siihen ilman laatuun ja tuoksuun ja semmoseen. Et ne on semmosia juttuja. Myös se lämpötila siellä asunnossa. Siellä tulee tuuletettua aika paljon. Meillä niinku makuuhuoneessakin pidetään todella todella paljon ikkunaa auki, et sit se on viilee ja raitis. Ja parantaa ainakin meidän kohdalla unen laatua aika merkittävästi. (Julius, S-aineisto)

Kotiviihtyvyyteen vaikuttaa Auralla myös hänen "kolme karvaista kakaraa", kissaa. Aura sanoi vaativansa, että hänen kotonaan on kissoja, sillä ne tekevät mistä tahansa tilasta viihtyisän. Vaikuttaa, että kissoille on järjestetty kissan päivät. Aura tyytyy etsimään uudet makuuhuoneen verhot, koska kissat olivat repineet nykyiset verhot. Lisäksi Auran mielestä heidän kotinsa eksoottisin esine on kissapuu:

Mutta suurin juttu ja keskeisin juttu ja varmasti eksoottisin on mejän kissapuu. Meidän kissapuu on siitä erikoinen, että siinä on tämmöinen hamsteripyörä. Meidän kissat tykkää juosta siinä kilpaa. Välillä pyörii siinä rummussa ympäri. Se on mejän asunnon eksoottisin juttu. Kissahamsteripyörä. (Aura, S-aineisto)

Kodin ulkoinen ympäristö vaikuttaa asumisviihtyvyyteen muun muassa ulkoa kantautuvina ääninä ja ikkunasta näkyvänä maisemana. Marko ei haluaisi asua vilkkaan tien varrella. Myöhemmin, kun kysyn aistikokemuksista, Marko lisää, että naapurista kuuluva jääkiekon katsominen ja siitä aiheutuva melu on epämiellyttävä aistikokemus. Myös Maiju, Juha ja Sirpa pitivät ääniympäristöä tärkeänä kotiviihtyvyyteen vaikuttavana tekijänä. Maijun mielestä raitiovaunujen ja Linnanmäen huvipuiston äänet ovat miellyttäviä ja Sirpa pitää ulkoa kantautuvien leikkikouluikäisten lasten äänistä.

Jotkut tekijät vähentävät viihtymistä. Juhan mielestä maalla mopojen pärinä häiritsee. Samoin Annan mukavuutta häiritsee, jos kuuluu häiritsevää melua tai muita häiritseviä ärsykeitä. Ellalla ei ole ilmeisesti läheiset välit opiskelija-asunnossa olevan asuinkaverin kanssa. Hän kertoo:

No viihdyn kotona tosi hyvin sillon kun se kämppis ei oo kotona, kun silloin ei tuu mitään ylimääräistä melua tai häiriöä. Mut sit taas jos se on kotona jos sillä on vaik joku kaveri siellä, niin ei mulla silloin ole niin viihtyisää kotona, koska sit pitää olla koko ajan varuillaan. Tai niinku aistit valppaina. (Ella, S-aineisto)

Aistikokemukset liittyivät muutamilla mukavuuden tunteeseen. Marko ei halua kylmiä värejä. Saana säätää kotinsa valoisuutta ja valon väriä erillisillä valaisimilla saadakseen mukavan tunnelman itselleen. Jos Saana tarkoitti mukavalla tunnelmalla rentouttavaa tunnelmaa, voisi Ritva haluta hiljaisuutta ympärilleen niin, että radiokaan ei ole päällä.

Äänen lisäksi mainittiin valo, valoisuus, valon väri, luonnon valo, värikylläisyys, värimaailman tuoma harmoninen yleissilmäys, lempivärejä, ikkunasta näkyvä maisema, kukkivat huonekasvit, suitsukkeiden tuoksu, grillistä tuleva ruoan tuoksu, itämaisen kanelin tuoksu, puhtauden raikas tuoksu, takkatulen loimu, elävä tuli, uunitulen rätinä, koivun tuoksu ikkunan kautta, sateen jälkeinen raikkaus, pellavaisen sohvan tuntu, pehmeä sohva, tuulen vire iholla, pintojen tunto kosketeltaessa, puupinnan mukava tuntu, eteisen siisti ja kutsuva vaikutelma, visuaalisesti kauniita esinekokonaisuuksia, silmää miellyttävä kalusteiden muotoilu, korkean huoneen tuoma avaruuden tuntu ja sopiva lämpötila. Valosta puhuttiin niin paljon, että perustin siihen oman koodin ja pidin sitä yhtenä sisustamisen tapana.

Mukavuuden tunne on olennainen osa viihtymistä kotona. Hannalle mukavuutta tuo oma rauha. Hän pyrkii pitämään erillään kodin ja opiskelun, jotta kotona voisi keskittyä vain rentoutumiseen ja oleskelemaan minkälaisissa vaatteissa vain haluaa. Samoilla linjoilla on Saana. Hänestä on mukavaa, kun kotona voi olla hiljaa omissa ajatuksissa eikä ”tarvii sosialisoida niin hirveesti”. Vaikka Annasta

on mukavaa, kun ystävät tulevat vierailulle, haluaa hänkin välillä omaa rauhaa. Hän mainitsee, että on hyvä olla rentoutumisen huonekaluja. Hän sanoi, että sohvalle voi ottaa vähän löysemmin, Hanna lisäsi siihen, että sellaisella sohvalle, ettei tarvitse pelätä sohvan sotkeutuvan. Päivi tuntui ajattelevan samalla tavalla. Hänen mielestään mukavuus on rentoa asumista niin, että voi vaikka syödä sohvalle. Kun mukavuus liittyi rentoutumiseen, mukavaksi koetut huonekalut olivat tärkeitä. Muista mukavuutta lisäävistä materiasta mainittiin pehmeät tekstiilit.

Miira haluaa, että arki sujuu jouhevasti.

Ja nyt myös ei ois yhtään aikaa eikä energiaa, niin kaiken pitää olla mahdollisimman yksinkertaista ja helppoa... Niin ja sit että arki on helppoa. Ne [huonekalut] on semmosissa paikoissa, sen muotoisia, ettei tule mitään ylimääräistä työtä mulle. (Miira, S-aineisto)

Minusta Miiran käytännöllisyysvaatimus tarkoittaa Shoven (2003, 170–177) määrittämää uutta *convenience*-käsitettä. Aiemmin *convenience* tarkoitti helppokäyttöisyyttä, sitten ajan säästämistä, mutta nykyisin arjen täyttävien sirpaleisten tekemisten aikatauluttamisen ja hallinnan helppoutta. Kuluttajakansalaiset ovat yhä enemmän riippuvaisia toisten, niin ihmisten kuin organisaatioidenkin tekemisistä ja aikatauluista. Lisäksi tekemiset ovat hajonneet yhä pienempiin osiin, joiden hallinta vaatii taitoa (katso myös Trentmann 2009b, 81). Olennaista on tunne, että itsellä on kontrolli aikatauluista ja toimintojen synkronisoimisesta. Esimerkiksi valmisruokien merkitys tänä päivänä perustuu siihen, että aterian voi syödä lyhyellä varoitusajalla ja ruoka on saatavilla koko ajan. Pakastimien tultua markkinoille ne mahdollistivat sesonkielintarvikkeiden säilömistä helposti maun ja ravintoarvot hyvin säilyttäen. Ne siis poistivat elintarvikkeiden sesonkivaihteluita. Sitten pakastimien ajateltiin helpottavan aterioiden suunnittelua ja valmistamista etukäteen vaikkapa seuraavaksi viikoksi. Nyt pakastimien merkitys onkin päinvastoin siinä, että aterioita ei tarvitse suunnitella. Pakastimista otetaan ruokaa, se lämmitetään mikrossa, ja ruoka on hetkessä valmis milloin vain. Tämä on mahdollista myös siksi, että elintarviketeollisuus on tuonut markkinoille yhä enemmän ja monipuolisemmin valmisruokia ja puolivalmiita aterian komponentteja ja siksi että ruokakauppojen aukioloaikojen on sallittu laajentua.

Pyörätuolilla liikkuvalla Auralle mukava koti on sellainen, jossa on helppo liikkua tuolin kanssa ja kaikki tarvittava on helposti saatavilla ja käytettävissä. Nea eritteli mikä on ero järjestyksellä ja puhtaudella: ”Se lisää viihtyvyyttä, jos vielä tavarat on paikallaan, mutta mukavaa on silloin kun on siistiä ja puhdasta.” Annalle mukavaksi puhtaudeksi riittää, että hygieniatilat, keittiö ja kylpyhuone

ovat puhtaita. Olohuoneessa saa olla vähän pölyistäkin. Saanan tapoihin kuului ”löhötä” välillä tyynyjen kanssa lattialla. Siksi hänen olohuoneensa lattian tuli olla riittävän puhdas.

## IHMISSUHTEET

Ihmissuhteiden merkitystä on vaikea erottaa muista kotiin liittyvistä merkityksistä. Ihmissuhteet näkyvät myös huonekalujen kautta, kuten aiemmin kirjoitin. Kerron tässä sellaisista ihmissuhdeasioista, jotka eivät tule esille muiden otsikoiden alla. Esimerkiksi kodin asioiden päätöksentekoon osallistuvat myös puoliso, lapset ja muut asuinkumppanit. Useimmat haastateltavat kertoivat yhteisistä neuvotteluista tavaroita hankittaessa ja remonttia suunniteltaessa. Päivi kertoo muutosta nykyiseen asuntoonsa:

Myö kyllä paljo keskusteltiin nyttenki ku muutettiin, nii väreistä. Että poika on kiinnostunut ihan sisustamisesta. Hänellä on yks ammattihaave joku sisustuspuolen, joku niinku että saap koteja piirtää tai... isomman pojan tyttökaverin kanssa värejä mietittiin yhdessä. Mut sitten se hinta, minä sitten sanon, minkä hintasta ostettaan. Kerran maksankin sen. (Päivi, S-aineisto)

Jos perheenjäsenten kanssa ei suoranaisesti neuvotella sisustusratkaisuista, heidät otetaan huomioon. Katin perheen huoneet on kalustettu siten, että ”kaikissa huoneissa saa rötkötellä kaikki viisi [perheenjäsentä]”. Hän sanoi lisäksi, että tässä elämäntilanteessa on pakko hyväksyä epäjärjestystä, kun kotona on vilkkaita lapsia. Esimerkiksi lapset saattavat sadepäivinä pelata sählyä sisällä. ”Vaikka kylhän se ois ihan hyvä jos aina ku tulee ovesta sissään nii ois ku asuntomessu asuntoon tulis.”

Tarja kertoo ihmissuhdeongelman vaikutuksesta omaan sisustamiseensa. Hänestä ei ole mielekästä sisustaa, jos parisuhde ei ole vakaa. ”Sisustaminen vaatii semmosen onnellisuuden, jotta siihen kannattaa paneutua.” Hän haluaisi sisustaa kunnioittaen ja kuunnellen puolisoa, mutta jos parisuhteessa on ongelmia, neuvotteluista ei tahdo tulla mitään. Tämän seurauksena he joutuvat sykäyksittäin ja nopeasti päättämään hankinnoista. Hän kertoi esimerkkinä, että nykyiseen kaupunkiasuntoon valkoinen nahkasohva saatiin hankittua tällaisten hankalien neuvottelujen tuloksena.

Kalusteita hankittaessa otetaan huomioon myös vierailijat. On ylimääräisiä tuoleja, jatkettavaa ruokapöytää, vuodesohvaa ja vierassänkyjä. Miiran uudistaloon asennettiin vierailijoiden lasten turvallisuuden takia turvaportti portaiden eteen ja hankittiin ylimääräinen lapsen syöttötuoli. Näiden aineellisten asioiden lisäksi vierailijoiden viihtymiseen kiinnitetään huomiota. Koska Juliukselle ja Annalle itselleen tunnelma on tärkeä, haluavat he luoda vierailijoillekin viihtyisän tunnelman.

Vierailijoille luotu tunnelma on tärkeä myös Auralle. Hän sanoi järjestävänsä erilaisia iltoja ystäville ja jonkin verran hänen ja hänen avopuolisonsa kotona käy sukulaisia yökylässä:

Mut kyllä mä tykkään siitä, et mun koti on viihtyä, minne mun ystävät haluaa tulla. Ja on silleen lämmin. Ja varsinkin kun mä teen hoitotöitä niin mä pyrin siihen, et niinku harmonia siellä on olemassa. Ihmiset ei tuu kolkkoon, tavallaan kylmään tilaan. Se ei oo hyvä juttu. Kyl mä niinku tykkään siitä, että ihmisillä on kiva olla meillä. (Aura, S-aineisto)

Päivi huolehtii, että kotoa poismuuttaneen pojan koira huomioidaan. Hän kertoo:

Iisakki on se isomman pojan koira. Nii Iisakin tulo. Sillä on omat kupit meilläkkii. Ja niitä täkkiä, missä se saa olla. Lampaan talja on lattialla. Se tykkee nukkua. (Päivi, S-aineisto)

Sanna ja Kati järjestävät mielellään kutsuja. Näissä kutsuissa saattaa olla kyse sekä ihmissuhteiden ylläpidosta että omien taitojen esille tuomista. Päättelen tämän siitä, että molemmat tuntuvat viihtyvän keittiössä ja muutoinkin vaikuttavat olevan puuhanaisia. Katilla ja Markolla on hyvät ja läheiset suhteet myös naapureihin. Marko viihtyy ylipäänsä toisten ihmisten ympäröimänä. Hänestä kodin tuntua lisää se, että kuuluu kämppisten elämisen ääniä. Sisustusratkaisuja suunnitellessaan hän haluaa ottaa huomioon, että hänen kotonaan asuu usea ruokakunta.

Tavaroita kierrätettäessä läheiset ihmiset ovat ensimmäisenä mielessä, oli sitten kyseessä tavaroiden lahjoittaminen tai niiden vastaanottaminen. Jaana on innokas käsitöiden tekijä. Mattoja hän sanoo kutoneensa yli oman tarpeen. Ystävät ottavat niitä mielellään vastaan.

## MIELIHYVÄ

Mielihyvän kokemus on hyvin henkilökohtainen positiivinen ja virkistävä tuntemus. Hirschmanin (1984, 117-118) mukaan henkilökohtaisen miellyttävän kokemuksen voi saada aikaan mielikuvitus, ulkoinen stimulaatio aistien välittämänä, älylliset haasteet tai uutuuden ja vaihtelun etsintä.

Sisustustekstiileillä luodaan vaihtelua ja mielihyvää kotiin. Ne ovat suhteellisen halpoja ja helposti toteutettavia sisustusmuutoksia. Päivi sanoi vaihtavansa koriste- ja sohvatyynyjen päälliset niin, että talvella ne ovat vihreät ja kesällä vähän ”kirkkaamman väriset”. Vähän anteeksipyydellen hän kertoo, että hänen kotinsa ikkunoissa ovat vielä samat verhot, mitkä hän osti edellisenä syksynä. Hanna tyytyy lähinnä vaihtelemaan tynnyjen paikkaa. Markolla ja Tiinalla ei ole suuria taloudellisia resursseja. Makuuhuoneeseen vaihtelua he tekevät leikittelemällä liinavaatteiden väreillä. He ostavat

kotiinsa pelkästään vaaleita lakanoita, joita he sitten värjäävät. Marko kertoo tarkemmin heidän käytännöstään:

Meillähän on niin, että ostetaan perushalpoja, laadukkaita valkoisia taikka harmaita, perus luonnon värisiä lakanoita. Mutta koska mä en tykkää valkoisista, koska ne on likaisia hetken päästä. Ja tykkään kirkkaista väreistä. Niin me värjätään ne koneella. Me haetaan kirkkaimpia värejä mitkä meitä miellyttää. Joskus jopa ihan shokkivärejä. Meillä on ihan pinkistä, vaaleanpunaisesta petivaatteesta ruskeeseen ja kaikkee siltä väliltä. Meillon hyvin sateenkaaren väriset se systeemi. Joskus leikillään tehään silleen, että lakanat on vaikka kirkkaan siniset ja vaaleen punaset tyynyt ja peitto on sit vaikka ihan keltainen. Tavallaan sit myöskin leikitään. Sit kuitenkin halutaan kaikki sointumaan samaan ruskeeseenkin. Et petivaatteita on paljon. (Marko, S-aineisto)

Se asia, mikä Markolle tuo eniten mielihyvää, olisi ei-avustajaa tarvitsevalle kävelevälle ihmiselle helppo toteuttaa. Mutta koska hän ei aina itse voi valita, milloin pääsee saunaan ja suihkuun, tuntuu hän tilaisuuden tullen ottavan kaiken nautinnon irti tunteesta, kun saa tuntea tuulen vireen puhtaalla paljaalla ihollaan.

Ehkä rentoutuminen on mulla, että on käynyt suihkussa ja saunassa. Mulla on fyysisiä esteitä siihen saunaan nykyisin. Semmonen ilman vaatteita parvekkeelle taikka jossain takapihalla antaa tuulen tulla. Silleen, että tuuli on iholla. Voi ottaa yhtä lonkeroo siinä ja grillistä tulee jotain hyvää tuoksua. Silloin se rentoutuminen on silleen kliimaksissaan. (Marko, S-aineisto)

Auralle mielihyvää tuottaa sisustushaaveilu. Hän tekee netissä pitkiä ostoslistoja, mutta koska hänellä ei ole varaa unelmiinsa, hän ei lähetä ostoslistoja tilaukseen. Silti hän sanoi nauttivansa tästä virtuaalishoppailusta. Muutoinkin hän vaikuttaa nauttivan fantasiamaailmassa vierailuista, olivat ne sitten luonnon uskonnon harjoittamista, elokuvien katselua tai näitä virtuaalishoppailuja.

Mä toteutan itseäni nettisoppailun avulla. Silleen, että mä käyn kattomassa Elloket ja Halensit ja kaikki tämmöset yleiset koti kaunistus kaupat. Mä teen hirveitä ostoslistoja, joita mä hirveen harvoin lähetän sit tilaukseen. Ja sit mä yritän miettiä mikä sopis minnekin. Semmost perinteist. Aikaisemmin puhuttiin ikkunasoppailusta, nyt on tämmöinen nettihaaveilu juttu. Mä saan siitä ihan mielettömät vipat. Edes niinku ajatusmatkalle, että millä tavalla mä voisin muokata



sitä mun elintilaa aina niinku silleen välillä. (Aura, S-aineisto)

Vallalla olevat normit voidaan haastaa sisustamalla tai hoitamalla kotia normien vastaisesti (Daniels 2001). Auran tapauksessa voisi puhua myös itsensä toteuttamisesta normien vastaisella sisustamisella. Aura kertoi varsin värikkäästä ja eksoottiselta vaikuttavasta sisustuksestaan (ks. sivu 118).

Marko on yhteisönsä johtaja ja päätöksentekijä. Vaikuttaa, että myös Markon käsitys itsensä toteuttamisesta on itsevarma päätöksien tekeminen koko yhteisön puolesta. Tai kuten Tiina sanoi ”päällepäsmärinä” oleminen. Kertomuksissaan hän käyttää sanaa me. Kertomusten perusteella hän tekee paljolti päätöksiä myös Tiinan puolesta, hänen asunnossaan ja hänen asunnostaan. Marko teki kalliin koriste-esinehankinnan ja osti kolmen sadan kilometrin päästä suurikokoisen moottorisahalla tehdyn karhuveistoksen. Tarinassaan hän korosti päätöksentekoprosessia eikä niin tarkkaan sitä, mikä siinä veistoksessa häntä miellytti. Heillä oli ollut yksi alivuokralainen, joka olisi halunnut osallistua sisustamiseen tai kalustamiseen omalta osaltaan, mutta hän joutui väistymään Markon vahvan persoonan edessä ja muuttamaan asunnosta pois.

#### 7.4.YHTEENVETO MERKITYSTEN UUSISTA KERROSTUMISTA

Materian merkitystä voidaan tietoisesti häivyttää. Tavarointa raivataan pois näkyvistä, niitä kierrätetään tai luovutetaan tavaroiden omistamisesta ja siirrytään kodin sisustuksen vuokraamiseen. Lisäksi materia kodin tunnun osana on muutakin kuin konkreettiset huonekalut, sisustusesineet ja sisustusmateriaalit. Aistien kautta välittyy kodin ulkopuolinen ympäristö, sää, ilmasto, hajut, valo, lämpimyyden, kylmyys ja kosteus. Koteja sisustetaan mitä erilaisimmilla esineillä, joita ei välttämättä ole edes markkinoilta ostettavissa. Esineisiin ja tavaroihin liittyy tarinoita ja merkkejä ihmissuhteista. Nämä mielikuvat ovat monesti tärkeämpiä kuin niihin suunnitellut ominaisuudet. Ihmissuhteet ovatkin olennainen osa kodin tunnetta. Kuitenkaan toisia ihmisiä ei tarvitse olla läsnä kotona, riittää kun heistä on muistoja ja muistutuksia esineisiin liitettyinä. Läheisten ihmisten läsnäolon voi toteuttaa sähköisten viestintävälineiden avulla.

Totuttu mukavuustaso halutaan useimmiten säilyttää. Kotimaan kesämökeillä hyväksytään vielä yksinkertaisempaa elämää vähemmän mukavuuksin, mutta Algarvessa haastattelemani kakkoskotiasukkaat eivät halua tinkiä totutuista mukavuuksista. Kodinkonevarustus tulee olla monipuolinen, sisäilman lämpötilan ja ilmankosteuden miellyttäviä. Koko aineistoni perusteella uusiksi mukavuustekijöiksi toivotaan aikataulujen hallintaa ja vapautusta ulkoisista normeista ja tarpeettomista säännöistä. Uusi mukavuustekijä on siten abstrakti oman elämän hallinta.

Kotia voi sisustaa myös virtuaalisesti internetiä hyödyntäen. Tällä tavoin voi harjoitella tulevan kodin sisustamista samalla kun oma kodin tekemisen tietotaito kasvaa. Vaikuttaa, että helpot ja edulliset käytetyn tavaran kauppapaikat mahdollistavat myös konkreettisen harjoittelukodin sisustamisen. Tietääkseni aiemmissa tutkimuksissa ei ole tullut esiin harjoittelukodin tekemistä. Elämänvaiheessa tapahtuvan muutoksen kohdatessa ihmisille voi olla hyödyllistä harjoitella uuden elämänvaiheen kodin tekemistä. Tällöin on mahdollista selvittää, minkälaiseen kotiin on varaa ja minkälaisessa kodissa viihtyy. Ylipäättään haaveilu ja tulevaisuuden suunnittelu vaikuttaa olevan hyvin yleistä. Haaveet vaihtelevat yksittäisen nojatuolin verhoilusta talvikodin perustamiseen lämpimään maahan.

Haaveilu, virtuaalisustaminen, tavaroihin liitetyt mielikuvat ja kodin ulkoisen ympäristön merkitys laajentavat kodin tunteen kodin fyysisten seinien rajoista. Se laajenee myös ajallisesti tästä hetkestä ihmisten ja esineiden historiaan ja omaan elettyyn elämään sekä tulevaisuuden haaveisiin. Niinpä kodin tunne sijoittuu samanaikaisesti havaittuun, kuviteltuun ja elettyyn tilaan.

## 8. KODIN TUNNUN MERKITYSKOKONAISUUDET

Seuraavassa esittelen tarkemmin, sitaatteja käyttäen, kutakin kodin tuntu -merkityskokonaisuutta. Tarkastelussa kiinnitän huomiota siihen, miten havaittu tila, eletty tila ja kuviteltu tila ilmenevät merkityskokonaisuuksissa.

### 8.1.PESÄKOLO

Pesäkolo on yksityinen tila. Jo sana pesä viittaa turvalliseen rakennelmaan vaikkapa puiden lehvästön suojassa (Bachelard 1964, 103). Siinä edesmenneet läheiset ja nykyiset ihmissuhteet ovat tärkeitä vähintäänkin mielessä, jos eivät ole läsnä. Pesäkolo voi olla sekä pääasiallisessa kodissa tai mökillä tai muussa kakkoskodissa. Pesäkolossa asukas voi viihtyä ihan yksinkin. Kotona olemisessa ja elämisessä tutut kodin käytännöt ovat tärkeitä, ovatpa ne sitten puuhailua tai mukavaa oleilua.

Taulukko 3. Pesäkolo elettyinä, havaittuna ja kuviteltuna tilana

Tila	Määreitä	Sitaatteja
1. Eletty tila	Käpertäminen	Siellä mökillä on varmaan tällainen kohtufileis. Kuin jossain kohdussa, turvallinen olo ja semmonen. Mutta mistä se sitten tulee, nii kai se on sen paikan ikä ja materian iät ja tavaroitten tarinat ja kaikki tommoset...Ja on hämärää kun on tummat hirsiseinät ja näin. (Tarja, S-aineisto)
	Oleilua	No minä ainakkii oon semmonen, minä annan itelle vaa olla yökkärissä. Mullon joskus lauantai päiviä, että en ollenkaan vaiha vaatteita. Yöpaita päällä, että minä en pue vaatteita. Niinku piän semmosen kotipäivän. Että niinku ei mittään stressiä. En lähe minnekkää, oon vaan siellä kotona. Sitten voijaan yhdessä laittaa ruokaa. Katotaan vaikka filmejä tai veetään patjat lattialle ja katotaan telkkaria tai pelataan jotakin lautapelejä tai ollaan vaan. (Päivi, S-aineisto)
	Mukavuus	Sit sohva oli oikeesti niin epämukava, niin me luovuttiin siitä ja hankittiin tämmöinen moderni sohva, jossa voi löhötä. Se oli ihan tämmöinen mukavuusjuttu. Se ei ehkä oo niin kaunis. (Maija-Stiina, S-aineisto)
2. Havaittu tila	Kotoisuus	Ja valo ehkä... Joskus nauretaankin, että meillä on jokasessa nurkassa siin olohuoneessa yks joku valaisin. Ja meillä on neljä lamppua päällä huoneessa, vaikka oikeestaan ei tarviis niinku. Mutta siitä tulee sellanen lämpimämpi se väri ja semmonen kotoisa. (Saana, S-aineisto)  Meillä on kaikki, meillä kaikki saa mennä kaikkiin huoneisiin, kaikissa huoneissa saa rötkötellä kaikki viis.

		Meillon divaanisohva, miten aina mahutaan. (Kati, S-aineisto)
3. Kuviteltu tila	Eletty oma elämä läsnä	Mulla on yks vanha nojatuoli, kun nyt pitäis miettiä entisöinkö sen, viekö mä sen verhoiltavaksi uudestaan vai enkö. Koska mä olen nyt koeistunut sitä monet kerrat ja todennu että ei tää on nii hyvä istua, et siinä tuntuu et tää osa ei... Sitten kun mä alan kattoo sitä, niin voi ei. Siinä on paljon muistoja ja muuta. (Maiju, S-aineisto)
	Läheisten läsnäolo	Nii ja makuuhuoneessakkii mullon lasten valokuvat, vanhempien valokuvat ja niinku mummojen ja ukkien. Minä jotenkii, ne on minun perhettä, vaikka ne onkin ajasta iäisyyteen lähteny. Mutta minä haluan, että ne on kaikki läsnä siellä. (Päivi, S-aineisto)

Pesäkolossa mukavuus korostuu. Voi vaikka koko päivän olla yöpaita päällä ja puuhastella kaikessa rauhassa. Myös huonekaluista vähintäänkin osan tulee olla mukavia. Mukavuus riippuu kotona olemisen tavasta. Pesäkolo voi olla hyvinkin rajattu tila kotona, vaikkapa koko perheen yhteinen sohva, jolloin muusta tilasta haetaan ihan erilaisia tunnelmia.

Pesäkolon kodin tunnun osatekijöinä ovat aineelliset esineet kuten valokuvat, muistoesineet ja perityt huonekalut. Niiden merkitys ei piile niiden ulkonäössä tai omistamisessa sinällään vaan ihmissuhteissa, joista ne muistuttavat. Materian merkitys on siten yhteisölliseksi nimeämässäni merkityskokonaisuudessa (ks. sivu 125).

Pesäkolo -kodin tunteessa mennyt aika ja tämä hetki korostuvat. Muistot aiemmista kodeista esimerkiksi lapsuuden kodista voivat olla läsnä. Mitä vahvemmin muistot ovat kiinnittyneet johonkin paikkaan sitä vahvemmin ne vaikuttavat (Bachelard 1964, 9).

## 8.2.MIELEN SISÄINEN OLOTILA

Toisenlaisessa kuvitteellisessa kodin tunnussa ollaan enemmän kallellaan tulevaan aikaan tai pelkästään haaveisiin ja virtuaalimaailmaan. Kodin rajat eivät ole näkyvissä seininä ja portteina, sillä kodin tuntu levittäytyy rakennettuun asuinalueeseen ja luontoympäristöön. Joissakin tapauksissa kodin tuntu ei ole sidoksissa lainkaan tiettyyn asuntoon tai paikkaan. Bachelardin (1964, 5) sanoja käyttäakseni asukas itse asettaa asumisensa rajat ajattelun ja mielikuvituksen voimin. Tuntu voi olla tässä ja nyt tai tulevaisuudessa.

Haaveilu sinällään tuo mielihyvää. Kulutuksesta haaveilun sanotaan olevan olennainen osa modernin mielihyvähakuisen kuluttajan käyttäytymistä. Suomalaiset olisivat valmiita käyttämään rahaa remontoimiseen ja sisustamiseen, jos oma varallisuusasema sen sallisi. Heillä on siis remontoimisen ja sisustamisen haaveita (Sarpila & Haanpää 2010, 49 – 50). Kodin tunnun perustamista mielikuviin auttaa nykyään virtuaalimaailma. Verkkoyhteyksiä käyttäen kodista voi tehdä virtuaaliprojektin ja sisustaa sen vaikkapa joka päivä uusilla kalusteilla. Siinä projektissa itsensä toteuttaminen yhdistyy mielihyvän tuottamiseen vähäisin aineellisin ja taloudellisin resurssein.

Taulukko 4. Mielen sisäinen olotila elettyinä, havaittuna ja kuviteltuna tilana

Tila	Määreitä	Sitaatteja
1. Eletty tila	Mielihyvää mielikuvista ja  aistimuksista	Se on sopivan kokoinen, mun näköinen ja se on kodikas ja lämmin, suloinen, ihana (Sirpa, S-aineisto)  Mutta se on ihana kun tulee matkoilta tai on pitempään poissa ja tulee kotiin, niin siellä kuitenkin on semmonen pieni ominaisuus. Se on minusta ihana, kun sen haistaa. (Hanna, S-aineisto)
2. Havaittu tila	Itsensä toteuttaminen	mitalleita seinällä mihin mä pystyn tavallaan identifioimaan itseni ja sitten siitä tulee sellainen kiva olla. (Ella, S-aineisto)  sitten ku mä oon käsillä tekijä näitä viiraaksia [hetken mielijohteita] tulee, se luovuus itessään... (Jaana, S-aineisto)
3. Kuviteltu tila	Haaveita   Todellisuuden pako	...nyt on tämmöinen nettihaaveilu juttu. Mä saan siitä ihan mielettömät vipat. Edes niinku ajatusmatkalle, että millä tavalla mä voisin muokata sitä mun elintilaa aina niinku silleen välillä. (Aura, S-aineisto)  Pikkutilpehööriä ei missään. Puhdas, valkoinen integroitu tila. Täydellinen haave.... mä inhoon männä vuosien vallitsevan sisustustrendin mukaista tapaa maalata yksi peräseinä semmosella maitokaakaon ruskeella. Nii se on mikä pilaa mun suunnitelmat. Niinku joka päivä pelästyin kun mä nään sen seinän. Ja Merbau lattia... (Marja, S-aineisto)

Mielen sisäisessä olotilassa materian merkitys on yhteisöllinen (ks. sivu 125). Esineisiin ja huonekaluihin liittyvät tarinat ja muistot ovat tärkeämpiä kuin itse materia, kuten Ella kertoo mitaleistaan seinällä. Mitalien merkitys ei aukea täysin ulkopuolisille, sillä tullakseen rakkaiksi esineiksi niitten saamiseen on pitänyt uhrata paljon aikaa ja energiaa (Ahuvia 2005, 182). Tämän tietää ja tuntee vain kilpaurheileva henkilö itse. Kodin tilassa voi tuntea mielihyvää, minkä tunteen saattavat tuottaa omista saavutuksista muistuttavat palkinnot, käsitöiden tuotokset tai sisustustyyli. Sirpa oli omasta mielestään hyvä sisustaja. Hän oli luonut nykyisen kotinsa niin, että se on "kodikas, lämmin, suloinen, ihana!"

Kodin tuntu mielikuvituksessa voi olla myös pako arjesta, jos kotina toimiva asunto ei ole mieleinen niin, että siihen todellisuudessa voisi liittää kodin tunnun. Esimerkkinä on edellä olevan taulukon sitaatti Marjan todellisuuspaosta. Marjalle unelmakoti olisi helposti siivottava ja toimiva koti, jossa olisivat vain tarvittavat tavarat eikä mitään ylimääräistä. Marjalle ei siis ollut olemassa kodin tuntua todellisuudessa vaan ainoastaan unelmissa. Hänen kotinsa oli vain työpaikka, sillä Marja sanoi rentoutuvansa ainoastaan lomilla poissa kotoa. Tulevaisuuden kotia suunnittelivat ja siitä haaveilivat myös opiskelijat, jotka eivät olleet saaneet tehtyä opiskelija-asunnostaan viihtyisää. Mielen sisäisessä olotilassa korostuu myös se, että kodin tuntu on prosessi (vertaa esim. Miller 2002, 115): se pohjautuu elettyyn elämään kokemuksineen, on tuntemus tässä ja nyt ja edelleen kaiken kokemuksen ja tietämyksen pohjalta suunnitellaan ja haaveillaan tulevaisuuden kotia. Cieraadin (2010, 90) mukaan erityisesti opiskelijoilla henkinen kodin tekeminen edeltää aineellista kodin tekemistä.

Jotkut haastateltavat suunnittelivat hankkivansa vanhoja huonekaluja tulevaisuuden kotiinsa ja kehittävänsä huonekaluille tarinan, jos niillä ei sitä jo ole. Tämän tutkimuksen aineiston perusteella huonekalujen ei tarvitse olla perittyjä edellisiltä sukupolvilta, jotta ne voisivat tarinoida asukkaidensa kanssa. Riittää, että ne ovat vanhoja sekä aikaa ja kulutusta kestäviä. Silloin niihin itseoikeutetusti oletetaan liittyvän tarinoita. Jos näitä tarinoita ei tiedetä ennen niiden astumista omaan kotiin, tarinat voidaan keksiä tai kehittää käytössä. Tutkimukseni tukee Gregsonin ja Crewen (2003, 144) havaintoja. Heidän mukaansa käytettynä hankittuihin tavaroihin kohdistetaan rituaaleja, joiden avulla tavarat alkavat tuntua omilta. Tällaisia rituaaleja ovat esimerkiksi tavaroiden aiemman historian tai aiemman omistajan tietojen etsiminen, merkityksen uudistaminen tai kokonaan uuden merkityksen keksiminen vaikkapa tarinan muodossa. Tavaralle luodaan uusi elämä.

### 8.3.TOIMIVA TILA

Toimiva tila mahdollistaa käytännöllisen asumisen ja elämisen kotitilassa. Kodin tuntu tulee siitä, että asukas on rakentanut itselleen ja läheisilleen mukavan toimivan ja sopivalla tavalla siistin kodin.

Taulukkoon 5 olen merkinnyt toimiva tila -kodin tunnun määreitä ja esimerkkisitaatteja näihin määreisiin liittyen. Eletty tila koostuu helposta arjesta. Ahtauden tuntua kotona liikuttaessa halutaan välttää ja huonekalut ja tavarat sijoitellaan niin, että kotiaskareet ja tavaroiden löytyminen ovat helppoja. Koti on suurin piirtein siisti ja puhdas ja siellä on riittävästi valoa ja sopiva valaistus. Konkreettisesti havaittuna kodin materia on käytännöllistä ja toimivaa. Kuviteltu tila ilmenee tulevaisuuden kodin suunnittelussa ja nykyisen kodin ikävien asioiden häivyttämisestä näkyvistä ja siten pois mielestä.

Siisteydellä ja järjestyksellä on merkitystä viihtyvyyteen. Kylläkin aineistossani moni suhtautui näihin asioihin aika suurpiirteisesti. Sekavat sotkut haluttiin pois mielestä, ja siksi ne piilotettiin jonnekin. Ylimääräiset ja rikkimenneet tavarat vietiin varastoon. Siisteyden ja puhtauden merkitys ei siis ollut niin perustavaa laatua kuin mitä Miller (2002, 119) tulkitse Gullestadin *Kitchen-Table Society* -tutkimuksesta toteamalla, että oli suorastaan rikollista Norjassa laiminlyödä kalusteiden ja kodin huoltoa ja siivousta. On kuitenkin huomautettava, että Norjassakin sopivaksi katsotut kodin käytännöt ovat saattaneet muuttua sitten 1980-luvun. Gullestadin etnografinen tutkimus paljasti, että keittiön pöydän ääressä naapuruston naiset keskustelemalla määrittivät, mitkä ja millä lailla suoritettujen kodin askareet ovat sopivia, minkälainen kodin sisustus ja kalustus ovat sopivia. (Blunt & Dowling 2006, 110).

Kodin pintojen huolto asunnon ja kalusteiden arvon säilyttämiseksi ja käytettävyyden ylläpitämiseksi ei tullut tässä tutkimuksessa esiin. Puhtaudella ja järjestyksellä tavoiteltiin pikemminkin viihtyvyyttä, mukavuuden tunnetta ja visuaalisesti esteettisen kodin vaikutelmaa. Elämisen jäljet saavat näkyä toimivassakin kodissa. Täydellinen tyyli ei Paavilaisenkaan (2013, 191) tutkimuksen mukaan ole kotoisaa, sillä kodissa pitää olla elämisen jälkiä niin tyyli-rikkoina kuin epäjärjestyksenäkin. Puhtauden ja järjestyksen vaalimisen tarkoituksena ei ole yksiselitteiset aiempienkaan tutkimusten valossa.

Konkreettisesti tarkastellen huonekalujen, kodinkoneiden ja koko tilan tulee olla toiminnallinen. Materiaalin merkityksissä korostuu sen merkityksellisyys itselle (ks. sivu 126) kuitenkin niin, että minänsä voidaan käsittää me, jotka perheenä tai pariskunta asumme toimiva tila -kotia. Materiaalin merkitys on rationaalisessa mielessä merkityksellistä kodin toimivuuden kannalta.

Taulukko 5. Toimiva tila elettyinä, havaittuna ja kuviteltuna tilana

Tila	Määreitä	Sitaatteja
1. Eletty tila	<p>Helppo arki</p> <p>Siisteys ja järjestys</p> <p>Ei ahtautta ja esteitä</p>	<p>Niin ja sit että arki on helppoa. Ne [kalusteet] on semmosissa paikoissa, sen muotoisia, ettei tule mitään ylimääräistä työtä mulle. (Miira, S-aineisto)</p> <p>Mulle on se, että kun mä avaan sen ulko-oven, et se eteinen on semmonen siisti ja kutsuva. Se on tärkeätä, miltä se näyttää se ensivaikutelma siinä. (Tarja, S-aineisto)</p> <p>Se on tärkeätä, että on sitä tilaa sen verran, että ei ihan joka huonekalu tai esine hipaistu. Silleen pitää yrittää. Ja että on sitä säilytystilaa sit kaiken maailman tavaralle, että kaikki ei oo siinä jaloissa. (Maija-Stiina, S-aineisto)</p>
2. Havaittu tila	Toiminnallisuus	<p>Huonekalut on viiskyt–kuuskytprosenttisesti pyörillä. Ne voi kaikki raivata pois aina. Tavallaan niinku pienestäkin huoneesta saa ison huoneen, kun laittaa kaiken naapurihuoneeseen. Et niinku semmosta tilaa saa. [Sitten] voi väkäästää, voi tehdä studion olohuoneesta ihan muutamassa hetkessä. (Marko, S-aineisto)</p> <p>Sitten valaistuksesta se on yks mitä on pitänyt pähkäillä. Mulla on pitkän mallinen huone ja siinä on vaan yksi kattolampun paikka ollu. Se on semmonen, mitä on pitänyt miettiä. Siinä on koukku. Minkä sinne sai mahtumaan, johdotkin on kauheen lyhyitä. Muistan kuinka mä sen kans tappelin. (Maiju, S-aineisto)</p>
3. Kuviteltu tila	<p>Poissa mielestä</p> <p>Tavoitteita</p>	<p>Totta kai häkkikomeroon kannetaan kaikkee muuta ylimäärästä rojua, mitä ei välttämättä tarvii. Me ollaan viety sinne esimerkiksi vanha imuri joka meni rikki. Kun me ei oikeen tiedetty, mihin meidän pitäis viedä se, koska kuulemma, puolison mukaan, sen pystyy korjaamaan. Minä en haluu pitää sitä meillä siellä sisällä. Tommosia tavaroita varmaan viedään sinne varastoon, että ne ei oo näkösällä siellä asunnon sisällä. Ja ne odottaa sitten siellä sitä korjausta. (Nea, S-aineisto)</p> <p>Mä haluaisin tosi ison kodinhoituhuoneen myös. Se voi olla monille se outo myös, mutta minä tykkään pestä pyykkii. Mustois vaikka kaksikin pyykkikonetta ihanaa. (Hanna, S-aineisto)</p>



Kodin tuntu ei ole välttämättä täydellinen tässä ja nyt. Aina on haaveiltavaa ja tavoitteita kodin toiminnallisuuden parantamiseksi. Hannan tulevaisuuden tavoite oli yllättävä. Hän piti vaatehuollosta ja siksi haluaisi tulevaisuuden kotiinsa ison kodinhoitohuoneen, jossa olisi kaksikin pyykinpesukonetta. Hanna oli opiskelija, jolle tulevaisuuden koti oli koko ajan suunnittelun alla. Tämän tutkimuksen aineistossa kodin toiminnallisuuden kuviteltu tila tarkoitti toisaalta ei-toivottujen asioiden hävittämistä näkyvistä ja toisaalta tulevaisuuden suunnitelmista.

#### 8.4.TUNNELMOINTIA JA YHDESSÄOLOA

Kuten liitteen 1 teemasuunnitelmasta ilmenee, en missään vaiheessa kysynyt tai maininnut tunnelmaa haastattelun aikana. En ylipäättään haastatteluja suunnitellessani ennakoanut, että jotkut kuluttajat suunnitelmallisesti rakentavat kotiinsa virkistyskeittä. Tunnelma siten nousi esiin haastateltavien kertomuksista, mistä syystä jouduin haastattelujen litteroinnin jälkeen tutustumaan tunnelmaa sivuvaan tutkimustietoon. Kun luin aineistosta aistillisesti moninaisia elämyskokemuksia, ryhdyin selvittämään, mitä kaikkea muita merkityksiä näihin liittyi. Lopulta päädyin perustamaan yhden kodin kokonaisvaltaista tunnelmaa kuvaavan kodin tunnun. Paavilaisen metaforassa ei ollut yhtään tällaista kokonaisvaltaisen mielihyvän pyrkimystä. Tässä merkityskokonaisuudessa korostuivat kodin tilan esteettisyys, kokonaisuuden harmonia niin, että esineiden suhde tilaan oli esineiden koon, tyylin, värimaailman, designin ynnä muiden perusteella sopusoinnussa. Mielestäni ainoastaan tämän kodin tunnun kokonaismerkityksessä voidaan puhua tunnelmasta, sillä tietty kokonaisvaltainen kokemus aistimusten ja mielikuvituksen avittamana oli kodin tilan jäsentämisessä nimenomainen päämäärä. Moninaiset aistitunteet niin kodin sisältä, kodin ulkoisesta ympäristöstä kuin mielikuvituksesta olivat olennaisia. Kodin tunnelman luojat hakivat monipuolisesti tietoa sisustamisesta ja he panostivat ihmissuhteisiin. Kiteytettynä voisin sanoa, että tunnelmointia ja yhdessäoloa vaikuttaa olevan mielihyvän hakemista tunteiden ja unelmoiden siivittämänä.

Taulukko 6. Tunnelmointia ja yhdessäoloa elettyinä, havaittuna ja kuviteltuna tilana

Tila	Määreitä	Sitaatteja
1. Eletty tila	Ihmissuhteet ja viihtyminen	Mutta toisaalta elämisen ääniä, että on kämppiksiä, sekin antaa semmoista kodin tuntua mulle ainakin. Jos kämppis on kypiksillään se tarttuu sellainen iloisuus. Kyllä sitten sekin, että jos sulla on huono

	<p>Itsen esilletuominen ja status</p> <p>Aistittavuus</p>	<p>päivä, kyllä sekin tarttuu. Mutta se tunnelma on myöskin semmoista maisemaa. (Marko, S-aineisto)</p> <p>Kyl mä niinku tykkään siitä, että ihmisillä on kiva olla meillä. Ja ne löytää uusia sisustusvinkkejä meillä käydessä. (Aura, S-aineisto)</p> <p>Miun rentoutuminen on siinä, että mie ruppeen tekemään jotakin fantasia kakkua. Elikkä teen tämmösiä hahmokakkuja, et mie saan tehdä pikkutarkkoja, et mie uppoudun niihin sit kyllä (Kati, S-aineisto)</p> <p>Kuuluu lintujen laulut sieltä ja tulee se semmonen puhas ilima sisälle. (Päivi, S-aineisto)</p>
2. Havaittu tila	<p>Suunniteltu yhtenäinen tyyli</p> <p>Tunnelmallinen valo</p> <p>Materia harkittua</p>	<p>Kaikki kodit, mitä meillä on ollut ja niitä on paljon, me ollaan muutettu tosi paljon, niin ne on aina heijastanut sitä elämäntyyliä ja elämäntapaa. Tämä oli niin kuin ihana ja mielenkiintoinen muutto, koska mä muutin paljon, paljon suuremmasta hyvin pieneen asuntoon ja tein siitä itseni näköisen. Se on merkityksellinen juttu. (Sirpa, S-aineisto)</p> <p>...intialaista eksotiikkaa... on violettiä seinää, on hopeeta seinää. ..Keittiö on laitettu tällaiseksi italialaistyyliseksi, paljon valokuvia ja rooman punainen seinä. Siellä on myöskin tällainen mun uskontoon liittyvä alttari, missä on jumalfiguureja ja mausteita. (Aura, S-aineisto)</p> <p>Mä omistan ihan hirveesti pöytälamppuja. Mä inhoon kattovaloja. Ja sitten kynttilän jalkoja. Erilaisia. Ja kynttilöitä. Eli sellainen tunnelmallisuus mulla on. (Sanna, S-aineisto)</p> <p>Mulla on korkea katto, heinäseiväs on kettingillä. Siinä mulla roikkuu kaikkee, mitä oon muistona saanu. (Kati, S-aineisto)</p>
3. Kuviteltu tila	<p>Ajan hermolla pysyminen</p> <p>Mielikuvitus ja luovuus</p>	<p>Mulla kans blogit on vaikuttanu tosi paljon. Ihan luen niitä hirveesti ja niitten kautta saa tosi paljon ideoita. (Hanna, S-aineisto)</p> <p>Mulla on jotain itse tekemiä kippoja... on ollut ajatuksena et sais joskus jonkun kivan taulun tehty ... ois ihana tehdä oma astiasto. (Anna, S-aineisto)</p>

Aineiston perusteella elämishakuisuus ei näyttänyt liittyvän tiettyyn ikään tai sukupolveen tai oletettavaan varallisuuteen. Elämyksellistä kodin tunnelmaa rakensivat opiskelija Julius, aktiivisessa työelämässä oleva ja yksin asuva Maiju, niukalla taloudellisella budjetilla ja parisuhteessa elävä Aura, hektistä lapsiperheen elämää viettävät Kati ja Miira sekä eläkeläinen Sirkka-Liisa.

Kodin seinien ulkopuolella olevalla luonnolla, asuinrakennuksella, naapureilla ja rakennetulla ympäristöllä oli vaikutusta asumisviihtyvyyteen ja kodin tuntuun. Kodin tunnun tila selvästi laajeni kotiasunnon seinien ulkopuolelle. Pelkästään luontoympäristö vaikutti hyvin moninaisesti.

#### SISUSTAMISEN TYYLIN, IDENTITEETIN JA STATUKSEN YHTEENKIETOUTUMINEN

Rybczynskin (1988, 217; katso myös Blunt, Dowling 2006, 102) mukaan kodin sisustustyyli on nopeasti vaihteleva muodinomainen ilmiö. Tyyli tulee merkitykselliseksi kodin tunnun osaksi vasta, kun kotoinen hyvinvointi ja mukavuus ovat tyydyttävällä tasolla. Tämän tutkimuksen perusteella vaikuttaa siltä, että niin ei ole kaikkien kuluttajien kohdalla. Kodin sisustuksen tuli olla monen haastateltavan mielestä esteettisesti yhtenäisen näköinen. Toisin kuin sisustamisen motiiveja käsittelevissä tutkimuksissa havaittiin (ks. sivu 72), tämän tutkimuksen aineistossa ihmissuhteiden ylläpito ja tietyn tyylin mukaan sisustaminen eivät olleet toisiaan poissulkevia. Eron voi selittää mahdollisesti sillä, mitä sisustamisen tyyllillä tarkoitetaan. Tässä tutkimuksessa tyyllillä tarkoitetaan jonkin visuaalisen suunnitelman mukaan sisustamista niin, että kalusteet, värimaailma, valo ja materiaalit pyritään sovittamaan yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Tyylin ei tarvitse edustaa jotain sisustustaiteen mukaista tyyliisuutta kuten *biedermeier*ia, *jugend*ia tai *funktionalismia*. Tietyn tyyllisen suunnitelman tai teeman käyttäminen sisustamisessa oli osa kodin tunnun tekemistä. Fuentesin (2011, 242) mukaan jonkin teeman mukaan sisustaminen toimii kotitarinan kertomisen juonena. Kun tätä tarinaa kerrotaan toisille ihmisille, tarina liimautuu osaksi kodin tuntua. Niinpä ihmissuhteet ovat olennainen osa kodin tunnun tekemistä tarinan avulla, sillä tarinan kertominen tarvitsee kuulijansa, yleisönsä (vertaa Pine II, Gilmore 1999). Tarinoiden avulla kodin yksityisyyttä myös avataan ulospäin.

Itse sisustamisen tyyli vaihteli paljon. Juliuksen sisustamisen tyyli oli harkittu aistillinen kokonaisuus vähäisellä aineellisella materiaalilla toteutettuna. Hänen tunnelmallinen tyyliensä ulottui kalusteista ja muista tavaroista tilan tuntuun, eteerisiin öljyihin, aromaterapiaan, rentouttavaan valaistukseen, meditointiin ja riittävään yöuneen. Hän pyrki näin sielun ja ruumiin hemmotteluun tilassa. Kaikki kotona oli harkittua, tyylikästä ja toimivaa. Tavaroiden antama merkitys kodin tunnelmaan ei liittynyt kodin materiaalin "sisäisiin" ominaisuuksiin, vaan merkitys otettiin haltuun niiden kanssa eläessä. Se oli myös tuntu, joka tuli kaikkien aistien kautta.

Visuaalinen väriyhteneväisyys oli Markolle merkityksellinen sisustamisen tyyli. Vaikka Markon kotona asui alivuokralaisia ja hän järjestöaktiivina järjesti usein kokouksia kotonaan, vaikutti, että hän sisusti mieluummin omaksi mielihyväkseen kuin esitelläkseen sitä muille ihmisille.

Tämä tutkimus tukee motivaatiotutkimusten (ks. sivu 72) tuloksia siinä, että ihmissuhteet liittyivät itsensä toteuttamiseen, sillä identiteetin julkituominen muille ihmisille tuli selvästi esille.

Tunnelmalliseen kodin tunteeseen kuuluu halu olla ajan hermolla, toisin sanoen seurata valppaasti, mitä yhteiskunnassa tapahtuu. Osaa haastateltavista voi pitää kertomusten perusteella sisustamisen asiantuntijoina tai harjaantuneina amatöörisisustajina. Heillä saattoi olla Hoyerin ja Stokburger-Sauerin (2012, 174) mainitsema kolmannen kategorian<sup>17</sup> esteettinen maku. Tällaisen maun omaavat henkilöt ovat tietyn alan asiantuntijoita, jotka hakevat aktiivisesti tietoa alastaan ja luottavat ratkaisuisaan kokemukseensa, tunteisiinsa ja mielikuvitukseensa, ehkäpä voisi sanoa intuitioonsa.

## 8.5.MIELENRAUHAN TYYSSIJA

Suomen osa-aineiston analysointi vahvisti vapaa-ajan asuntoon liittyviä aiempia havaintoja, jotka Alasuutarit (2010) sekä Ingström (2014) toivat kirjoituksissaan esille: mökillä halutaan elää erilaisessa kodin tunnussa kuin pääasiallisena kotina käytetyssä asunnossa. Mökkeilijät itse rakentavat vapaa-ajan kotiinsa toisen todellisuuden. Jotkut tämän tutkimuksen haastateltavista olivat luoneet hyvinkin mielikuvituksellisia tunnelmia pääasialliseen kotiinsa.

Pitääkö erilaisen kodin tunnun vaatimus paikkansa myös, jos suomalaisen kakkoskoti sijaitsee ulkomailla? Vai ovatko ulkomailla kakkoskodin omistavat (tai kakkoskotia vuokraavat) suomalaiset sellaisia kosmopoliitteja sieluja, joiden elämään kuuluu olennaisena osana matkustelu ja joille koti on mielen sisäinen olotila (Duval 2004; Quinn 2004)? Tai McIntyrea, Williamsia ja McHughia (2006, 313) lainatakseni, useamman kodin omistaville kuluttajille koti on levähdyspaikka alati muuttuvassa ja liikkuvassa globaalissa maailmassa. Tämän olotilan he voivat rakentaa ja ankkuroida maantieteellisesti useaan paikkaan. Eläminen useammassa kodissa ja niiden välillä laajentaa ihmissuhdeverkostoja ja maantieteellistä elämänpiiriä. Nämä vaikuttavat pakostakin kuluttajien kiinnittymiseen paikkaan ja paikkoihin, käsitykseen kodista ja käsitykseen siitä, mihin katsovat itse kuuluvansa.

---

<sup>17</sup> Ensimmäisen asteen asiantuntijuus perustuu järkeilyyn, hyötyjen ja kustannusten punnitsemiseen. Toisen asteen asiantuntijuus ja maku ovat järjen ja tunteen yhdessä tuottamia

Nämä pohdinnat johdattivat minut hankkimaan lisäaineiston, jossa tarkastellaan kakkoskotielämistä. Liitteessä 2 on Algarvessa toteutettujen teemahaastattelujen suunnitelma, liitteessä 4 esittelen haastateltavien taustatietoja ja liitteessä 10 on aineiston analysoinnin tuloksena syntynyt koodiverkosto, josta merkityskokonaisuuden jäsentyminen hahmottuu. Suomen haastattelujen teemasuunnitelmaan verrattuna Algarven haastattelusuunnitelmassa oli oma tema paikan merkitykselle.

### ALGARVEN VIEHÄTYS

Eteläinen Eurooppa on pitkään ollut pohjoiseurooppalaisten suosittu turistimatkakohde. Monella on siten henkilökohtaisia kokemuksia siitä, miltä etelän maisemat näyttävät, minkälainen ilmasto on ja miten siellä vaikutetaan elättävän. Tämän tutkimuksen haastateltavilla Algarven houkutustekijät olivat selvästi merkittävämpiä Algarveen muuttamisen perusteita kuin pako negatiivisiksi koetuista asioista Suomessa. King, Warnes ja Williams (2000, 93–96) tutkivat brittiläisten eläkeläisten muuttamista asumaan eläkepäiviksi Italian Toscanaan, Maltalle, Espanjan aurinkorannikolle ja Portugalin Algarveen. Heidän tutkimuksensa mukaan tärkeimmät perusteet muuttaa näille alueille olivat:

- ilmasto ja muut luontoympäristöön liittyvät seikat, kuten maisemat ja puhdas ilma;
- elämäntapa ja terveys, erityisesti verkkainen elämisen rytmi ja aktiviteettimahdollisuudet;
- alhaiset elinkustannukset niin hintojen kuin verotuksen perusteella.

Näistä elämisen rytmi ja terveys näyttivät lisäävän merkitystään lähestyttäessä 2000-lukua, minkä havainnon vahvisti vähän aikaa sitten julkaistu tutkimus (Kordel 2016, 131). King, Warnes ja Williams vertailivat tutkimuksessaan brittejä, jotka olivat muuttaneet näille alueille ennen 1980-lukua niihin, jotka olivat muuttaneet näille alueille 1990-luvun jälkeen. Tutkimus toteutettiin vuosina 1995–1997. Myös tämän tutkimuksen haastateltavista usealla oli tavoitteena oman terveyden parantaminen. Suomessa pimeyden ja kylmän ilman takia suomalaiset pysyttelevät talvella paljolti sisätiloissa, joissa sisäilma on kuiva. Se aiheuttaa joillekin iho-ongelmia. Iho-ongelmien helpottumisen lisäksi haastateltavat kertoivat siitepölyallergioiden joko hävinneen tai lieventyneen Algarvessa asuessa.

[puoliso] aina sanoo, että hän haluaa etelän lämpöön talvella. Johtuen kaikenlaisista reumaattisista tuollaisista, mistä on joutunut kärsimään. Mullon siitepölyallergia, oikein paha. Eipä täällä ole mitään allergiaa. Meri-ilmasto on todella terveellinen. Sitä ei aina muistakaan, miten hyvä täällä on olla terveellisessä mielessä.

Terveydenhoito toimii sen verran hyvin kuin on tarvinnut toimia. Meillä on tietysti vakuutukset, yksityiset vakuutukset. Että jos tapahtuu jotain vakavampaa, niin ei tarte julkiseen terveydenhuoltoon edes turvautua, kun on täällä. Sillä tavoin on turvattu olomme. Nyt kun tulee kevät ja Suomessa alkaa kukkimaan leppä ja koivu, niin mulla on sellaisia kausia, että minä en voi mennä ulos ollenkaan. Makaan sängyssä. Et on niin pahoja allergioita, täällä ei oo mitään sellaisesta tietoaakaan. Ihanteellinen paikka tällaiselle allergikolle. (Hra *Golfari*, A-aineisto)

Hiljattain työelämästä eläkkeelle jääneet halusivat stressaavan elämänvaiheen jälkeen päästä kokonaan eri ympäristöön saadakseen itsensä kerralla parempaan henkiseen ja fyysiseen kuntoon. Jotkut haastateltavat väittivät pystyneensä puolittamaan verenpainelääkityksensä Algarveen muuttamisen jälkeen. Muutama oli joutunut miettimään elämänarvonsa uusiksi selvittyään vaativasta leikkauksesta. Liikunnallinen ja yhteisöllinen elämäntyyli oli parantanut haastateltavien terveyttä. Jotkut heistä kertoivat myös ruokavalion muuttumisesta kasvispainotteisemmaksi, mihin oli houkutellut runsas hedelmien ja vihannesten tarjonta. Leuto ilmasto vaikutti terveyteen siten myös välillisesti mahdollistaen ulkoilmaelämän vuoden ympäri. Lisäksi portugalilainen elämäntapa syödä, juoda ja seurustella kahviloissa, ravintoloissa ja harrastuspaikoissa houkutteli suomalaisetkin pois kodin seinien sisältä. Yksin Algarvessa ei tarvitse elää. Herra ja rouva *Äärielämää* asuivat keskellä Portimãon kaupunkia ja sanoivat elävänsä täysillä kaupunkilaiselämää. Suomessa heillä oli talviasuttava mökki niin maalla, että sinne ”ei näy valojakaan mistään” (rouva *Äärielämää*, A-aineisto). He sanoivat elämisensä Algarvessa ja kesäkaudet Suomessa olevan kaksi ”äärielämää”. Kesällä he elivät vastaavasti täysillä maaseutuelämää kesäkanoineen.

Talvella ei oo kauheesti mittään tekemistä ja vaikee liikkua mihinkään. Täällä me liikutaan, kävellään ja liikutaan paljon. Se on täällä helppoo. Maalla ei tuu lähettyä liikkumaan silleen. Iän myötä se lumi ei niin kauheesti oo houkutellu. (Hra *Äärielämää*, A-aineisto)

Algarven tarjoamista urheiluharrastuksista monelle tulee ensimmäisenä mieleen golfin pelaaminen. Herra ja rouva *Golfari* aloittivat golfin pelaamisen vasta Algarveen muutettuaan. Heidän Algarvessa asuva ystävänsä oli kehottanut hankkimaan *green cardin* ennen muuttoa. Niin he tekivätkin ja pelasivat nyt golfia talvisin kolmesti viikossa. Kuitenkin yleisin aktiviteetti suomalaisilla oli päivittäinen kävely parin muun suomalaisen kanssa ja viikoittainen patikointi pienemmässä tai isommassa ryhmässä. Algarven Suomi-seurassa toimii muun muassa patikointiryhmä. Tämä ryhmä tekee syksystä keväeseen patikkaretkiä ympäri Algarvea lähes joka viikko. Jotkut sanoivat kokoontuvansa kerran viikossa ulos pelaamaan petankkia.

Algarven viehätysten tärkeimmät perusteet liittyivät paitsi ilmastoon, valon määrään ja maisemaan Algarvessa, myös portugalilaisten ihmisten käyttäytymistapaan, jonka sanottiin olevan hienotunteista, toisia ihmisiä kunnioittavaa. Tämän sanottiin sopivan hyvin suomalaiseen mentaliteettiin.

Portugalilaisten ystävällisyys ja kulttuuritausta, elämä, käyttäytyminen. Tämä on vanha kulttuurimaa. Täällä ollaan avoimia, iloisia, täällä arvostetaan vanhuksia, keski-ikä ylittäneitä, ihan eri tavalla kuin Suomessa. Arvostus täällä on ihan toisenlaista, eläkeläiset on haluttu yksilö tietyllä tavalla. Suomessa tuntuu siltä, että eläkeläiset on lähinnä saastaa. Ehkä minä liioittelen, mutta saa liioitella. Tää on yks. Ja toinen on tietenkin ilmasto, joka täällä on aivan toisenlainen. Ei loska, pimeys Suomessa kiinnosta. Kolmas on hintataso. Täällä on erittäin edullista elää verrattuna Suomeen. Eläkeläisille sillä on tietty merkitys. Ilmasto ja ihmiset on ne kaikkein tärkeimmät. Semmoinen pieni seikkailun halu kuitenkin, vaikka on nähnyt tätä pientä palloa aika paljon. On se toista asua kuitenkin kuin turistina kiertää.  
(*Edvin, A-aineisto*)

Lähes poikkeuksetta portugalilaista luonnetta ja käyttäytymistä verrattiin espanjalaisiin. Espanjalaisista sanottiin, että he ovat ylimielisiä ja haluavat osoittaa olevansa arvokkaampia kuin maassa vierailevat turistit ja siellä asuvat muiden maiden kansalaiset. Sen sijaan Algarven portugalilaiset tuntuivat elävän rentoa rinnakkaiseloa eri kansallisuuksia edustavien ihmisten kanssa, koska ”täällä on totuttu kaikenlaisiin ihmisiin ympäri maailmaa” (*Etelän Vaari, A-aineisto*). Heidän käyttäytymisensä muodostaa ilmapiirin, jossa suomalaisten on hyvä viihtyä.

Joillekin Portugalin maaseudulle asettautuminen merkitsi paluuta lapsuuden maaseudun maisemiin. Kukon laulu, vihannes- ja kasvissatojen vaihtaminen naapureiden kesken ja naapureiden keskinäinen auttaminen olivat tällaista aitoa maaseutuelämää, joka Suomesta on kenties kadonnut (vertaa sivu 90). Tämän kokeminen oli sinänsä elämys. Herra ja rouva *Maaseutu* olivat tehneet elämäyksestä syvällisemmän tekemällä samoja asioita kuin ihmiset ovat Algarvessa kauan tehneet. Tällä tavoin he olivat päässeet matkaamaan myös tämän alueen menneisyyteen. Herra *Maaseutu* kertoi, että he valmistsivat oman puutarhansa oliiveista itselleen oliiviöljyä ja veivät ylimääräiset viikunat tislaukselle, joka tekee niistä pontikkaa. Omista puistaan he myös keräsivät manteleita ja johanneksenleipäpuun hedelmiä. Nämä työelämässä hammaslääkäreinä toimineet ihmiset tekivät ”perinteisiä” asioita, jolloin saivat ”tuulahduksen vanhanaikaisesta elämästä” (Herra *Maaseutu, A-aineisto*). Rouva *Maaseutu* nautti siitä, että talvella joka päivä on tuoksua ja maaseudun ääniä,

vaikkapa läheisen pienen joen solinaa ja puiden huminaa. Jopa matkustaminen oman auton sijaan junalla, ”lättähatulla”, voi tuntua nostalgiselta, ”vähän niin kuin ennen vanhaan” (*Krii*, A-aineisto).

## IHMISSUHTEET JA VIIHTYMINEN

Ihmissuhteet ovat olennainen osa viihtymistä asui sitten missä vain (esim. Hamzah & Adnan 2016). Kakkoskodin ympärillä olevat ihmiset ovat – ainakin asumisajan alussa – osa maisemaa (Veijola & Falin 2016, 395). Vähitellen heihin suhtaudutaan kuten naapurustoon pääasiallisen kodin ympäristössä. Haastateltavat puhuivat ihmissuhteista monen teeman yhteydessä, mutta erityisesti viihtymisestä puhuttaessa. Alun perin olin tehnyt yhden ihmissuhteet-koodin, mutta koska sitaatteja kertyi tähän koodiin hyvin paljon, jaoin koodin neljään osaan. Nämä uudet koodit ovat:

- Ihmissuhteet Algarven muut suomalaiset (54 sitaattia),
- Ihmissuhteet perhe ja parisuhde (76 sitaattia),
- Ihmissuhteet portugalilaiset ja muut ei-suomalaiset (36 sitaattia),
- Ihmissuhteet Suomessa muu kuin perhe (25 sitaattia).

Alakoodijaottelu paljasti erilaisten ihmissuhteiden erilaiset merkitykset. Perheenjäsenistä pidetään huolta olemalla lähes päivittäin heihin yhteydessä modernien IT-välineiden avulla, vaikka maantieteellistä etäisyyttä olisi tuhansia kilometrejä. Osa oli päättänyt muuttaa Portugaliin keskittyäkseen parisuhteen hoitamiseen. Paikalliset ihmiset auttavat asettautumaan Algarveen ja viihtymään siellä. Ihmisryhmä, jonka merkitys vähenee kauas Suomesta muutettaessa ovat ystävät Suomessa. Yhteydenpito vähemmän läheisiin ystäviin hiipuu vähitellen. Tämän tutkimuksen haastateltavat sanoivat elämänsä olevan paljon sosiaalisempaa Algarvessa kuin Suomessa. Erityisesti he viettivät paljon aikaa toisten suomalaisten kanssa. Yhdessä harrastettiin liikuntaa, yhdessä käytiin kahviloissa, ravintoloissa ja karaokessa. Nämä ystävät ovat vähintäänkin ”hyvää seuraa, mukavaa seuraa, ajanvietettä” (rouva *Golfari*, A-aineisto), mutta myös läheisempiä ystävyys-suhteita oli muodostunut. Rouva *Pioneeri* oli asunut puolisonsa kanssa jo pidemmän aikaa Algarvessa.

Ja sitten, että tänne on muodostunut semmoinen oma uusi tuttava- ja ystäväpiiri, jota on aikaa myöskin sitten hoitaa. Olla tekemisissä niitten ihmisten kanssa, koska nyt on eläkeläinen, niin on aikaa. Aikaisemmin ei ollut aikaa, tuli huolimattomasti hoidettua ystävyys-suhteita. Ja senkin takia, kun perhettä oli paljon. Sukulaisten kanssa oltiin paljon tekemisissä. Täällä voi olla ihan vapaasti tekemisissä niitten ihmisten kanssa, joiden kanssa haluaa olla ja viihtyä. Täällä on paljon uusia kivoja tuttavuuksia tullu. (Rouva *Pioneeri*, A-aineisto)



Yhteisöllisessä toiminnassa yksittäinen ihminen itse osallistuu aktiivisesti merkityksen tuottamiseen itselleen ja samalla myös muulle osallistujajoukolle. Tällainen ajanvietto voidaan tulkita hedonistisuuden ilmentymäksi eli itselle mielihyvää tavoittelevaksi toiminnaksi. Esimerkiksi kajakkiretkeilijöiltä löydettiin hedonistiseksi tulkittuja motiiveja: henkilökohtainen kehittyminen ja itsensä ilmaiseminen, yhteisöllisyyden tunne, suhde luontoon sekä hallitun riskin kokeminen (Hopkinson & Pujari 1999, 287). Uusia tuttavuuksia arvostetaan modernin ihmisen alakulttuureissa ryhmän sisällä näiden kulttuuripääoman, ryhmän arvostaman tietotaidon sekä ryhmäkäyttäytymisen perusteella – ei siis kulutusnormien mukaan. Arnould ja Thompson (2005, 874) tekevät tällaisen johtopäätöksen kahdesta harrastajaryhmän tutkimuksesta. Toisessa tutkittiin koskenlaskijoita kumiveneellä (*white-water river rafting*) ja toisessa 1800-luvun vuori-ihmisten elämää simuloivan elämysretken osallistujia. Aktiviteettien valinnalla varmistetaan siten samanhenkisen uuden ystäväpiirin syntyminen ja mielihyvän tuottaminen itselle. Tällöin myös asuinpaikka alkaa tuntua yhä enemmän kotoisalta, toisin sanoen paikkaan kiinnittyminen lisääntyy (Kordel 2016, 138).

Kun muuttoon ulkomaille liittyi myös muutos elämänvaiheessa, joutuivat ihmissuhteet uuteen arviointiin. Herra *Golfarille* oli suorastaan shokki, kun hän menetti työelämään liittyneen laajan sosiaalisen yhteisön. Sekin vaati sopeutumista, jos oli vuosikymmeniä ollut paljon poissa kotoa työmatkoilla ja sitten eläkkeellä puoliso olikin se henkilö, jonka kanssa viettää eniten aikaa. Osa halusi nimenomaan kiinteyttää parisuhdettaan ja ylipäätään viettää enemmän aikaa yhdessä puolison kanssa muuttamalla ulkomaille hyvissä ajoin ennen vanhuutta. *Iso Mies* kertoi:

Minä olen eläkkeellä. Ilonen Nainen[puoliso] oli vielä työelämässä. Meillä on melkein kymmenen vuotta ikäeroa. Päätettiin, että me halutaan tästä tulevasta vanhuudesta nauttia yhdessä, nii päätettiin sitten tulla tänne. (*Iso Mies*, A-aineisto)

Hän sanoi myös, että heidän keskinäinen suhteensa oli tehnyt Algarven-asunnosta kodin, vaikka aluksi he eivät olleet oikein pitäneet asunnosta. Intiimiys onkin kodin tunnun ydintä. Rybczynskin (1987, 77) mukaan kodista voidaan puhua vasta, kun asunnosta tai talosta tuli perhe-elämän oma intiimi paikka. Uuden pesän rakentaminen voi olla myös antoisaa uuden yhteisen elämänvaiheen rakentamista.

Se oli kiva prosessi se, et alottaa rakentaa pesää taas kerran uudestaan ja näin... Tää oli meille tosi hyvä projekti... Mut on ollu kiva sillä lailla sisustaa ja laittaa ja perustaa koti ihan alusta asti. (*Hra Maaseutu*, A-aineisto)

Pidempään Algarvessa asuneet pitivät viihtymisen kannalta tärkeänä päästä luomaan läheisempiä suhteita paikallisen väestön kanssa. Tämä useimmiten vaati portugalilaisen kielen opettelua. Haastateltavista varsinkin oman talon omistajat olivat luoneet suhteita paikallisiin. He sanoivat asioiden hoitamisen olevan helpompaa ja nopeampaa, kun tutustuu muutamiin avainhenkilöihin, portinvartijoihin. Yksi suomalaisten yhteinen portinvartija on Quarteiran erään ravintolan omistaja Maria, jonka kautta moni oli saanut muun muassa asunnon järjestettyä itselleen. Asioita hoidettiin ja tietoa välitettiin, kun monet suomalaiset kokoontuivat ja kokoontuvat keskiviikkoisin lounastamaan Marian ravintolaan. Herra ja rouva *Pioneerit* kertoivat, miten heidän portinvartijansa ovat auttaneet heitä:

Meillä on tällainen Carlos, joka viikottain käy noita meidän puutarha-asioita hoitamassa. Ja hän on varsinainen ystävä, että hän hoitaa kyllä kaikkia asioita, mitä pyytää. Ja sitten on tällainen Mario on toinen, joka on tällainen hyvä ja avulias ollu byrokratia-asioissa ja asuntojen hankinnoissa ja järjestelyissä. (Hra *Pioneerit*, A-aineisto)

Suomalaisia asuu Algarvessa jo sen verran, että he pystyvät auttamaan uusia alueelle muuttavia suomalaisia sopeutumaan ja viihtymään alueella. Yhdessä tekeminen ja toisten avustaminen lisäävät viihtymistä Algarvessa ja siten Algarven viehätystä.

Kukaan suomalaisista ei kuitenkaan varsinaisesti suositellut, että olisi olennaista luoda muutama tärkeä ihmissuhde paikallisen henkilön kanssa, jotta asioiden hoitaminen helpottuisi olennaisesti. Tietävätkö Algarveen muuttaneet suomalaiset, että kansainväliset asiantuntijajärjestelmät korvaavat paikallisia ihmissuhteita, kuten Giddens (2013, 28) asian ilmaisee?

Kuvaillakseni lisää haastateltavien ihmissuhteita heidän puheissaan korostui myös pinnallisten ihmissuhteiden merkitys portugalilaisten kanssa. Ravintoloiden ja kahviloiden edullinen hintataso suomalaisiin palveluihin verrattuna houkutteli myös käyttämään näitä palveluita. Niinpä vakiopaikkojen henkilökunta oli tullut tutuksi. *Krii* kertoi:

Mullon kahvila tuossa rannassa, josta on valtavan upea näköala, merelle tietenkin. Siis se on ihana, että voi sanoa, että nyt mä lähdenkin sinne kahville. Nää kahvilan pitäjät tulee tutuksi. Ne tietää ihan heti paikalla, että mitä rouva haluaa ja se on kahvi ”com leite” ja välillä ”tosta mista” sen kanssa. Oli sitten missä tahansa, must on ihana käydä kahviloissa ja täällähän se ei ole mikään taloudellinen kysymys, et voitko mennä, kuinka usein voit mennä kahvilaan. (*Krii*, A-aineisto)

Suhteet lapsiin ja lapsenlapsiin voivat olla kiinteämpiäkin, kun asuu kahdessa maassa. Suomen kesät vietettiin hyvin paljon omien perheenjäsenten kesken. Myös perheenjäsenten vierailut Portugalin kodissa olivat intensiivistä yhdessäoloa.

Meillä on kolme lasta ja kuus lasten lasta. Ja he käy [vierailuilla Portugalin kodissa] ahkerasti ja näin. Okay, jos oltas Suomessa niin me käytäs sitten siellä iltapäiväkaffella taikka sunnuntai lounaalla ja nähtäs muutama tunti ja se olis siinä. Tai sitten eletään viikko tai kaks tiiviisti yhdessä. Että paljon enemmän oikeastaan käytetään aikaa tai tunteja vuodessa... [lasten perheiden kanssa]. (Hra Maaseutu, A-aineisto)

Kaikkia läheisiä ihmissuhteita hoidettiin tiiviisti nykyaikaisen tietotekniikan avustamana. Maantieteellisillä etäisyyksillä ei ollut enää merkitystä, kun verkkosovellusten sivuilla keskusteltiin sekä vaihdettiin valokuvia ja videoita lasten, lastenlasten ja ystävien kanssa. Nämä kaukaiset perheenjäsenet ja ystävät pysyivät internetin tarjoamien yhteyksien avulla osana sitä ihmissuhdepiiriä, joka vaikutti viihtymiseen kodin sisällä (Paasonen 2009, 353). Läheiset ihmiset olivat kuvitteellisesti läsnä, vaikka maantieteellistä etäisyyttä olisikin tuhansia kilometrejä (Featherstone 2002, 4). Jo internetin alkuaajoista lähtien sen tarjoamien palvelujen ja yhteyksien on haluttu tulevan osaksi kuluttajien arkisia käytäntöjä, identiteettiä ja kotoisaa tuntua. Tätä on edesautettu internettiin liittyvän termistön avulla. Aluksi termistö viittasi liikkuvaan elämäntapaan, mistä esimerkiksi internetissä surffaaminen eli verkkosivuilla vierailu kertovat (Paasonen 2009, 339). Sitten retoriikka lähestyi yksilöä ja tämän kotia, kun tulivat kotisivut, oman profiilin luominen mitä erilaisimpien sosiaalisen median sivuille ja näiden omien sivujen sisustaminen persoonalliseksi (mt., 342–350). Maantieteellisen etäisyyden kasvaessa läheiset ihmissuhteet voivat verkkoyhteyksien avulla tiivistyäkin.

Ne on kivoja kun ne on vielä aika pieniä suurin osa näistä meidän lapsen lapsista. Kun niillä on niin hauskoja juttuja. Ja sit skypeähän me ollaan paljon yhteydessä. Meillähän on skypeet niinku meidän vanhempiin ja meidän kaikkiin lapsiin. Nii ihan viikottain. Ja minust tuntuu, et myö ollaan nyt enemmän tekemisissä heidän kans ku mitä myö oltiin silloin, kun oltiin Suomessa. (Ilonen nainen, A-aineisto)

Koska Algarven Faroon ei ole Suomesta suoraa lentoa, monet ystävät ja sukulaiset eivät matkan hankaluuden tai ajan puutteen vuoksi matkusta lyhyille vierailuille Algarveen. Niinpä heidän kanssaan vietettiin aikaa kesällä Suomessa. Vähemmän läheiset ystävät Suomessa puolestaan olivat

korvautuneet tai korvautumassa Algarven suomalaisilla ystävillä. Näin sanoi myös herra *Äärielämää*, joka oli asunut puolisonsa kanssa vasta pari talvea poissa Suomesta:

Läheisempien ja hyvien ystävien kanssa ollaan silloin kun ollaan Suomessa tekemisissä. Mutta sellaisten kanssa, joitten kanssa ollaan oltu muutenkin vähän harvemmin, niin se vähän niinku harvenee koko ajan. (Hra *Äärielämää*, A-aineisto)

Jotkut olivat muuttaneet pois työelämän aikaiselta kotipaikkakunnalta esimerkiksi lähemmäksi lapsien perheiden kotia. Silloin aiemmat naapurisuhteet vähitellen hiipuivat. Kaikki entiset ystävät ja naapurit eivät myöskään ymmärtäneet tai halunneet ymmärtää ihmisiä, jotka hakeutuvat pois Suomen kylmästä ja pimeästä vuodenajasta. Eräs haastateltava kertoi, että heidän naapurinsa eivät ole halunneet olla missään tekemisissä heidän kanssaan sen jälkeen, kun saivat tietää heidän muuttavan talveksi Portugaliin.

Useimmat sanoivat asuvansa Suomessa ollessaan kesämökeillään. Suhteet kesämökin paikkaan olivat saattaneet muodostua hyvinkin tunnepitoisiksi, jos siellä oli perheen ja muiden läheisten kanssa vietetty aikaa jopa useiden sukupolvien ajan. Mökki edustaa idyllistä tilaa, jonne on tallennettu lapsuuden maisema (Pitkänen 2011, 69).

Mut tavallaan toi maapaikka on ykköskoti, koska mä olen siis kotoisin sieltä. Mä olen ollu siellä koko mun elämäni. Lähtee siitä, että mistä haluaisin viimeisenä luopua, se on ilman muuta se maapaikka. Siitä mä en halua luopua. Sen takia se on elämässä tärkeä. Siellä mä voin sanoa: Morjens. Mä tulen sitten kun mä tulen. [Mutta tulen aina takaisin] (*Edvin*, A-aineisto)

Tuo maaseudun asunto toimi osoituksena *Edvinille* hänen sukunsa historian jatkuvuudesta, kyläyhteisöön kuulumisesta ja suvun identiteetistä. Se oli hänen henkinen kotinsa ja sosiaalisten suhteidensa solmukohta. Yhteiset muistot ajanvietosta vapaa-ajan asunnolla vahvistivat sekä heidän keskinäisiä suhteitaan että ylläpitivät vapaa-ajan paikan erityismerkitystä koko suvulle (vertaa esim. Selwood & Tonts 2006, 174–175).

#### NYT JOS KOSKAAN ELÄMME ITSEÄMME VARTEN

Giddens on peräänkuuluttanut elämänpolitiikkäkäsitteen nimissä sitä, että yksilöille pitää luoda keinot itsensä uudistamiseen, sillä ihmiset joutuvat joka tapauksessa elämänsä aikana tekemään uusia aloituksia, esimerkiksi vaihtamaan uraa. Yksilöt joutuvat kaiken aikaa työstämään identiteettiään ja tekemään elämäntyylivalintoja (Hannula 1997; Giddens 2013; Niemelä 2000). Uuden

elämänvaiheen olivat halunneet aloittaa myös ne Espanjan Aurinkorannikolle talveksi asumaan muuttaneet suomalaiset, joiden kirjoituksista Karisto (2000, 41–43) toimitti kirjan. Nämä 1930-luvulla syntyneet, sodan ja pula-ajan kokeneet eläkeläiset uskaltautuivat vihdoinkin nauttimaan kohtuullisesta elintasosta lämpimässä maassa. Suomesta poistyyöntävinä tekijöinä heillä olivat Suomen olosuhdetekijät, kuten ”viheliäinen syksy, terveydelliset syyt, työn raskaus, virkavaltaisuus ja verotus”.

Tämän tutkimuksen suomalaisten haastateltavien kodin tunnun rakentumisessa johtoajatuksena oli ollut vapauden tunne. Hyvin monet puhuivat, kuinka he vihdoinkin olivat saaneet elämänsä ja ajankäyttönsä omaan haltuun. Heillä oli vapaus itse päättää siitä, mitä ja milloin tekevät. Tai ilman huonoa omaatuntoa olla vain. Viettää päivän ilman mitään näkyvää tekemistä. Suomessa ei kertomusten perusteella tuntunut olevan hyväksyttävää mennä samalla lailla keskellä päivää sohvalle katsomaan rennosti televisiota.

Mutta kyl tää rentoutuminen on niinku henkinen, henkisesti aika lailla erilainen kuin Suomessa. Ainakin mulle. Mä oon rentoutunut paljon enemmän täällä. Nyt kun oltiin kesällä Suomessa niin, oli vaikea rentoutua samalla lailla, kumma kyllä. Se oli tämmöistä niin kuin stressiä, jostain syystä. Sitten kun päästiin takaisin tänne, sitten vointi taas parani. On semmoinen rauhallinen, mukava olo... Iso stressi-kupla tippu pois, se jäi koto-Suomeen (Edvin, A-aineisto)

Uudenlaista elämänrytmiä kuvaillessaan eräs entinen toimitusjohtaja sanoi, että sellaisena aamupäivänä on kiireen tunne, kun yhdentoista aikaan on petankkipeli ystävien kanssa. Hän oli mielissään nykyisestä elämänrytmistään. Eläkkeellä oleva hammaslääkäri kertoi, että työelämän aikaan päivä oli jaettu 10 minuutin pätkiin. Nyt päivässä oli kaksi aikaa: aika ennen lounasta ja aika lounaan jälkeen. Hänelle oli vapauttavaa, kun kelloon ei tarvitse katsoa. Herra ja rouva *Äärielämää* jakoivat viikonpäivät ”työpäiviin”, jolloin he kävivät kuntosalilla, patikoimassa tai muissa aktiviteeteissa, ja työpäivien välisiin vapaapäiviin, jolloin he olivat kotonaan.

Aivan kuten Vebleniläisen joutilaan luokan, nykyajan kuluttajan vapaa-ajasta eli vapaavalintaisesta ajankäytöstä on tullut tuhlaamista ja suorittamista – ainakin jos on uskominen Baudrillardia (1970/1998, 155–158). Jokaisen täytyy todistaa vapaa-aikansa esittämällä tuottamatonta tekemistä, tavallaan vaurautta, olla varaa tekemättä mitään. Hän väittää, että mitään tekemättömyys on erityisaktiivisuutta. Ajankäyttötutkimuksen (Kerttula 2004) mukaan koko Suomen väestön vapaa-aika on lisääntynyt ja on nyt noin 46 tuntia viikossa henkeä kohden. Kaikenlaiseen ajankäyttöön liittyy uudenlaisia odotuksia, sillä aika halutaan käyttää itselle merkityksellisellä tavalla (Chaney

1996, 15). Tätä todistaa Kuluttajatutkimuskeskuksen kyselytutkimus (Kotro, Timonen et al. 2005, 5), jonka mukaan suomalaisten vapaa-ajan toiveiden kärjessä ovat: ei tarvitse olla kiire minnekään, aikaa itselle ja se, että saa tehdä sitä mitä haluaa.

Monella haastateltavalla oli takanaan vaativa ansiotyö, jossa piti olla tavoitettavissa kaiken aikaa. Modernit digitaaliset viestinnän välineet ovat mahdollistaneet sen, että ihmiset ovat lähes kaiken aikaa tavoitettavissa. Mielenkiintoista on, miten ajan ja paikan sidonnaisuus on vaihdellut historiassa. Maatalousvaltaisessa yhteiskunnassa ihmisten työaikaa ja vapaa-aikaa ei voitu oikein erotella ajallisesti, mutta ihmiset olivat mitä suuremmassa määrin sidoksissa asuinpaikkaansa. Teollinen vallankumous teki eron työn ja vapaa-ajan välille (McIntyre, Roggenbuck et al. 2006, 315). Nykyään rajojen hämärtyminen on sekä ajallista että paikallista. Lomamatkallakaan ei välttämättä pääse täysin eroon työn vastuista ja velvollisuuksista. Tällaista aina tavoitettavissa olevaa elämää on saattanut jatkua jopa vuosikymmeniä. *Etelän Vaari* kertoi, mitenkä hänen elämänsä muuttui, kun hän muutti Algarveen heti kun jäi eläkkeelle:

Täällä se [eläminen] on selvästi verkkaisempaa. Ei tarvitse lähteä mihinkään. Suomessa työaikana minulla koko ajan puhelin soi, kaiken maailman asioita. Oli myyntiverkosto, jossa oli 20 toimistoa ympäri maailmaa. Oli säpinää. Tää niinku muuttu...Selvästi [elämäntahti] hidastui ja oli aikaa vähän miettiä ja katella. Vaikka selailla nettiä ja kun minä asun täällä yksin, kukaan ei ole sanomassa, että taas sinä sen ääressä istut... Ehkä nukun pitempään kuin paikalliset. Yleensä olen ollutkin, että illalla tulee mielenkiintoinen kirja, niin on vaikea lopettaa. (*Etelän Vaari*, A-aineisto)

Suomen taloudelliset lamat ovat voineet tuoda johtavissa asemassa oleville ikävää lisätaakkaa, kun he ovat joutuneet lomauttamaan henkilöstöä tai vain taistelemaan tulostavoitteiden kanssa (Martelius-Louniala 2017; Panula 2017). Suhteellisen pienessä Suomessa ei voi olla törmäämättä ihmisiin, joille he ovat joutuneet kertomaan työhön liittyviä ikäviä uutisia. Osalla oli kokemusta henkilökohtaisesta ahdingosta. Tällaisia olivat läheisen kuolema, itselle tai puolisolle sattunut onnettomuus tai sairaus, jonka takia joutui varhaisella iällä jäämään sairauseläkkeelle. Vasta muutto toiseen maahan mahdollisti kunnollisen irtioton entisestä elämänvaiheesta. *Rantarakki* kuvasi tuntojaan seuraavasti:

Vielä tärkeämpi oli se, että piti saada muuta ajateltavaa kuin ne samat tutut ympyrät. Koska se oli... mä en osaa edes kuvailla sitä kuinka huonosti mä voin... (*Rantarakki*, A-aineisto)

Brittiläisen tutkimuksen mukaan muutto ulkomaille sekä mahdollistaa että pakottaa oman aseman ja ihmissuhdeverkoston uudelleen muotoilun (King, Warnes et al. 2000, 148). Algarveen oli selvästikin tultu ensisijaisesti nauttimaan elämisestä velvoitteista ja puitteista vapaana. Velvoitteista vapaa eläminen liittyi sekä mukavuuteen että uudenlaiseen identiteettiin ja elämäntyyliin. Merkille pantavaa Algarven suomalaisilla oli sanaton sopimus esittäytymiskäytännöstä. Kun uusi henkilö esittäytyy, ei ole soveliasta kysyä titteliä, arvoasemaa tai edes entistä työnantajaa. Täällä ensisijalla ovat Matit, Kaijat, Ristot, Mervit. Työelämän asioita puidaan myöhemmin golfkentillä, patikkaretkillä, shanghai-korttipelin jälkeen ja lounailla, mutta itse persoona on ensisijaisen tärkeä.

Jos joku kysyy, niin kyllä minä hyvinkin voin kertoa. Mutta ei täällä oikeestaan tässä mejän piirissä ainakaan ensimmäisenä kysyä, että mikä mies sinä oot, mitä sinä oot tehny. Sitten kun tutustutaan, sitten tiedetään, että joku on ollu opettaja ja joku maalifirman johtaja. Mutta se ei oo se ensimmäinen asia, eikä sillä niinku... Aika harva sitä ens tyrkyllä, et tiätkö sinä, että minä oon ollu tämmönen ja tämmönen johtaja. (Iso Mies, A-aineisto)

Niin, että mitään työelämän hierarkioita täällä ei ole käytössä. Täällä ollaan kaikki vaan, mitä ollaan. (Rva Vapaus, A-aineisto)

Useimmilla oli takanaan hyvin paljon kansainvälistä kokemusta. He olivat käyneet monissa maissa niin työmatkoilla kuin lomamatkoilla. Osa oli myös asunut muualla ulkomailla. Matkustaminen on kuitenkin rasittavaa. Asunnon hankkiminen ulkomailta itselle miellyttäväksi koetusta paikasta merkitsee samanaikaisesti ulkomailla olemista ja kotona olemista ilman, että koko ajan tarvitsee kärsiä matkustamisen rasituksista. Tämä tarkoittaa elämisen mukavuutta.

Velvoitteista vapaa eläminen ilmeni Algarven suomalaisilla myös siten, että hyvin moni oli valinnut vuokra-asunnon omistusasunnon sijaan. Huomattava osa vuokra-asunnoista oli lisäksi joko kokonaan tai osittain kalustettu ja varustettu aterimia ja sisustustauluja myöten. Myöskään oman auton hankkiminen ei ollut suomalaisilla ollenkaan itsestäänselvyys. Jotkut päätyivät vuokraamaan aina uuden auton Algarvessa asumisen ajaksi. Eräs pariskunta laski, että tämä järjestely kaikkine vakuutuksineen maksaa yhdeksän euroa vuorokautta kohti. Osa oli valinnut asuinpaikan siten, etteivät he tarvitse autoa päivittäiseen elämiseensä.

Asunnon varusteineen ja jopa auton vuokraamisen yleisyys koko asumiskaudeksi olivat minulle yllätys. Viime aikoina on paljon puhuttu ja kirjoitettu tulevaisuuden kuluttamisen siirtyvän materian omistamisesta omistamisen jakamiseen ja palvelujen käyttämiseen (esim. Bucher, Fieseler et al.

2016). Olennaista on palvelujen saatavuus, esimerkiksi mahdollisuus asua eri paikoissa ja mahdollisuus liikkua eri paikkojen välillä (Ellis, Adams et al. 2011; Bardhi, Eckhardt et al. 2012). Tällöin ihmisten ei tarvitse pohtia asunnon tai auton huoltoa ja muuta ylläpitoa, jotka vaativat osaamista, vaivaa ja kustannuksia. Vaikuttaa siltä, että Algarvessa asumisen ja elämisen voi järjestää tällä tavoin. Algarve siis pystyy tarjoamaan asuinpaikan palveluna. Tätä johtopäätöstä tukee myös oma seuraava tutkimukseni (Uimonen 2018), josta tutkimusraporttia ei ole vielä julkaistu. Siinä selvitin Algarven yliopiston toimeksiannosta Algarvessa osan vuotta asuvien suomalaisten kotitalouksien (N= 67) kulutusmenoja Portugalissa asuttaessa. Tuon kyselyn mukaan asumismenoista keskimäärin 69 prosenttia tulee asunnon vuokrasta. Auton vuokramenot eivät riippuneet siitä, kuinka monta vuotta vastaaja oli asunut Portugalissa, vaan ainoastaan vuosittaisesta asumisajasta. Aineiston suomalaiset asuivat vuosittain keskimäärin reilut kahdeksan kuukautta Algarvessa, mikä vastaa myös tämän aineiston haastateltavien asumisaikaa Algarvessa. Vielä noinkin pitkään vuosittain Algarvessa asuvat tyypillisesti mieluiten vuokrasivat auton.

Huomion arvoista on sekin, että muutto Portugaliin oli tuonut vapauden myös velvollisuuksista lasten perheitä kohtaan. Haastateltavat olivat sopineet lastensa perheiden kanssa selvät ajankäytön rajat, milloin he viettivät yhteistä aikaa. Muuna aikana he voivat vapaasti ajatella vain omaa viihtyvyyttään, Vaikka kuinka paljon lapsia ja lapsenlapsia rakastaakin, tämä ajallinen rajanveto oli tuonut helpotuksen tunteen:

... mut mun täytyy kyl myöntää, että tuommonen äitinä ja isoäitinä Suomes ollessa ni sitä miettii koko ajan niitten lasten ja lasten lasten elämää ja ehkä vähän murehtiinkin. Et sitten ku tulee tänne, nii täällä on nii paljon muutaki ajateltavaa, että tavallasanki mä löysin oman itteni niinku uudestaan. Ja jäi pois se isoäidin rooli. (Rva Maaseutu, A-aineisto)

Rouva *Äärielämää* sanoi omien lapsiensakin pitävän positiivisena asiana sitä, että heidän vanhempansa uskaltavat elää. Hän lisää nauraen, että ”jos oltas siellä [Suomessa], puututtas heidän elämään”. Tähän herra *Äärielämää* jatkoi:

Niin ja sitten kun me täällä mennään aika paljon. Me on käyty Madeiralla ja Azoreilla ja paljon käydään tuolla Espanjan puolella. Niin nekin [omat lapset] vähän sen sisäistää, että vierivä kivi ei sammaloidu. Me ollaan kuitenkin seitsenkymppisiä ja voitais olla ihan toisenlaisessa olotilassa. Niitten ei tarvii sillä lailla kantaa meistä huolta. (Hra *Äärielämää*, A-aineisto)



Lasten ja lastenlasten kanssa aikaa vietettiin etupäässä Suomessa oltaessa ja jossain määrin myös silloin, kun nämä tulivat vierailulle Portugaliin. Muulloin kyllä oltiin lähes päivittäin viestiyhteydessä verkkosovelluksen kautta. Jotkut sanoivatkin, että he olivat nyt ulkomailla asuessaan paremmin ajan tasalla läheistensä kuulumisista.

Tulkitsen haastateltavien kertomuksia niin, että he olivat halunneet vapautua heihin itseensä kohdistuvista odotuksista (vertaa Chaplin 1999, 52; Quinn 2004). Tässä on tapahtunut muutos vaikkapa Aurinkorannikon suomalaisten kertomuksiin nähden sukupolvi sitten. Heillä vapautumisen tarve liittyi Suomen olosuhteisiin (ks. sivu 179). Kaiken kaikkiaan Algarven suomalaiset elävät täysillä omaa elämäänsä itselleen nautintoa tuoden!

### ELÄMÄNTYYLI ALGARVESSA JA SUOMESSA

Algarven haastateltavien vapautumisen haluun liittyi myös identiteetin muokkaaminen uuteen elämänvaiheeseen sopivammaksi. Identiteettiä ilmennetään elämäntyyllillä. Haastateltavien identiteettiä pääsin tarkastelemaan, kun luin heidän kertomuksiaan kokonaisuudessaan. Baumanin (Bauman 2002, 42) mukaan ihmisen identiteettiä ei ”notkeassa”<sup>18</sup> modernissa yhteiskunnassa pidetä annettuna, vaan se mielletään tehtäväksi, ja ihmisten harteille sälytetään vastuu tuosta tehtävästä. Ihmiset joutuvat siten etsimään sellaista käsitystä itsestään, mikä olisi sekä yhtenäiseksi ymmärrettävissä että itselle tarkoituksenmukainen. Tällainen identiteetti ankkuroisi minän johonkin (Cohen 2010, 33). Oma sosiaalinen paikka on siten hankittavissa, ja sen voi tehdä yhä uudelleen (Giddens 2013). Mahdollisuudet liikkua horisontaalisesti yhteiskunnan rakenteissa ovat lähes loputtomat.

Kanssakäyminen toisten ihmisten kanssa uudessa ympäristössä muokkaa kuluttajan identiteettiä (Thompson & Tambyah 1999). Koko Algarven alueen viehätysten tärkeä osa oli paikallisten ihmisten tapa kohdata toinen ihminen. Heidän kerrottiin olevan puheliaan sosiaalisia ja ystävällisiä, mutta samalla toiselle ihmiselle tilaa antavan hienotunteisia.

Kun pikkusen tutustuu portugalilaiseen ihmiseen, niin se on jännä, että ne on ensin ujosia. Et niihin ei ihan niinku suoraan pääse tutustumaan. Mutta sitten kun jollakin tavalla hyväksytty heidän mielestään, niin ne on todella ystävällisiä ja avuliaita ja muistavat nimen ja puhuvat hyvin kauniisti. Ja aina puhutaan senhor XX taikka

---

<sup>18</sup> Jyrki Vainonen on suomentanut Baumanin käyttämän käsitteen *Liquid modernity* ilmaisulla Notkea moderni (Bauman 2002)

senhora YY. Siinä on tällainen hyvin kohtelias ja ystävällinen asenne näillä portugallilaisilla. (Hra Pioneer, A-aineisto)

Tällaisen kanssakäymisen tavan sanottiin sopivan suomalaisen kansanluonteeseen. Tavan haluttiin tarttuvan niin, että ”luultavasti kun muutaman vuoden asun täällä, niin ei minua kovin paljon erota portugallilaisista” (*Etelän Vaari*, A-aineisto). Vielä työelämässä oleva nuori nainen kertoi oman identiteettinsä muuttuneen ujoista ulospäinsuuntautuneeksi, kun hän muutti Suomesta pois. Hän kertoi äitinsä ihmettelevän muutosta.

Et mejän äiti jaksaa aina ihmetellä, että miten se [tytär] on muuttunu. Se osaa jutella kaikille ihmisille. Ei se vaan ennen. (Entisöijä, A-aineisto)

Liikunnan harrastamisen tavoissa ja perusteluissa haastateltavat muistuttivat tyypillistä suomalaista hyvää ruumiin kulttuurin makua (Purhonen, Gronow et al. 2014, 178). Suomalainen maku - tutkimuksen mukaan suomalaiset ovat aktiivisia liikkujia. Liikunnan harrastamista pidetään tärkeänä. Harrastamista motivoivat terveydelliset perusteet eivätkä erottautuminen tai kulttuurisen legitiimiyden tavoittelu. Iän karttuessa siirrytään raskaammista lajeista rauhallisempiin ja niveliä säästävään liikuntaan. Haastateltavat kertoivat liikkuvansa Algarvessa kuitenkin enemmän kuin Suomessa, erityisesti ulkoilmassa. Mutta kuten herra *Golfari* kertoi, hänen ja hänen puolisonsa elämäntyö oli liikunnallista niin Suomessa kuin Algarvessakin.

Ihan samanlaista se on. Se ero, että talvella mä hiihdän. Ja me hiihdetään. Käydään Lapissa laskettelemassa. Täällä me pelataan golfia. Mutta siinä väliajalla me ei rämmitä loskassa. (Hra Golfari, A-aineisto)

Vaikka työelämän vaatimuksista ja aikatauluista oli haluttu vapautua, tietty osa niistä seuraa mukana. Tällaisia mukana kulkevia asioita voisinkin nimittää identiteettiin olennaisesti kuuluviksi. Niitä olivat esimerkiksi identifioituminen insinööriksi, kuten *Etelän Vaari*. Nyt hän luki Portugalin kodissaan *The Economist* -lehteä ja verkkolehtinä Tekniikan maailmaa ”ja tän tyyppisiä” lehtiä. Samoin rouva *Maaseudun* koko elämään lapsuudesta lähtien oli kuulunut akvarellitaulujen maalaaminen. Niinpä asuinpaikasta riippumatta taideharrastus on olennainen osa hänen identiteettiään. Ystäväpiirikin koostui monista taiteilijoista, ”eksoottisistakin”. Omaan identiteettiin liittyvän toiminnan jatkaminen kakkoskotimaassa edesauttaa myös viihtymään ja tunteen olonsa kotoisaksi siellä (Knijnik 2014, 38). Harrastusten ja mielenkiinnon kohteiden ylläpitäminen luovat pysyvyyden tunnetta, kun ihminen joutuu elämään tai haluaa elää useassa maassa (Thompson & Tambyah 1999, 225).

## MUKAVASTI KODIN SISÄLLÄ

Mukavuuden käsitteen sisältö on historian saatossa saanut uusia muotoja, kuten tässä tutkimuksessa olen aiemmin kirjoittanut. Yhteiskunnassa tapahtuneet sosiaaliset, taloudelliset ja tekniset muutokset – siis kodin ulkopuoliset tekijät – ovat vaikuttaneet siihen, mitä uusia ulottuvuuksia mukavuuden käsitteeseen liitettiin (Rybczynski 1988, 231; katso myös Heinonen 2007). Mukavuudesta on siten tullut moniulotteinen.

Moniulotteisena mukavuus ilmeni myös tässä tutkimuksessa: elämisen helppous, arkiaskareiden helppo hoito, rento oleilu ja asumisen mukavuus. Materiasta puhuttaessa huonekalujen mukavuus ja vaikkapa tuolin tai sohvan istuttavuus ei tullut puheissa suoranaisesti esille. Käytettävyyden asemesta jotkut haastateltavat korostivat, että he eivät halunneet liikaa tavaraa ympärilleen.

Haastateltavat kertoivat elävänsä ihan tavallista arkielämää Algarven-kodissaan: laitetaan ruokaa, siivotaan ja pestään pyykkiä. Toiminnallisuudeltaan suomalaiset olivat halunneet Algarven-kodin olevan yhtä hyvin varustettu kuin Suomen-kodin. Tällä periaatteella he olivat valinneet vuokra-asunnon tai varustaneet omistusasuntonsa. Niinpä kodit Suomessa ja Algarvessa eivät poikenneet toisistaan arjen käytäntöjen osalta.

## MIELENRAUHAN TYYSSIJAN TILAT

Mielenrauhan tyyssijan kodin tuntu koostuu kahdesta edellisestä aineistosta löytyneistä kodin tunnun merkityskokonaisuudesta (ks. liite 10). Kodin seinien sisällä eletään pesäkolomaisessa olotilassa. Koti on yksityinen tila, jonne läheiset pääsevät verkkoyhteyksien kautta. Kodinkonevarustus ja muu varustus on haluttu suunnilleen samantasoiseksi kuin Suomen kodissa, jolloin arkiset ja tutut käytännöt jatkuvat molemmissa kodeissa. Mukavuutta tuo, kun ei tarvitse opetella uusia käytäntöjä. Vaikka monella haastateltavalla kodin kalustus ja varustus kuuluivat asunnon vuokraan, omaa identiteettiä tuotiin esille kodissa pienillä muutoksilla. Tekstiileillä on helppo muuttaa sisustuksen värimaailmaa, muutama oma taulu ja valokuva tuovat tuttua kotoisuutta näkyviin.

Pääasiallinen kodin tuntu on hyvin abstrakti mielen sisäinen olotila. Tätä olotilaa kuvaa vapaus, riippumattomuus ja mielenrauha. Vapaus elää omaa elämää omalla tyyllillä ja monista velvoitteista vapautuneena. Elämisen ja asumisen järjestäminen palveluiden avulla tuo uudenlaista vapautta. Ei tarvitse huolehtia asuntolainan takaisinmaksuista tai huolehtia remonteista eikä vaihtaa autoon talvirenkaita. Elämäntilanteen tai mieltymysten muuttuessa Algarven kodin voi pakata muutamaan matkalaukkuun. Algarveen on päästy pakenemaan aiemman elämänvaiheen stressiä, ainaista tavoitettavuutta ja ikäviä velvoitteita. Elämäntyyli on fyysisesti ja sosiaalisesti aktiivinen

kotiasumuksen ulkopuolinen elämä. Nautitaan luonnosta, ilmastosta, ravintolapalveluista ja toisten ihmisten seurasta. Oma hyvinvointi on tärkeää. Omaan mieleen luodaan mielihyvän olotila, jolla ei ole fyysisiä rajoja, seiniä tai muureja.

## 9. JOHTOPÄÄTÖKSET

Ennen tähän tutkimusprojektiin ryhtymistä ajattelin kodin tunnun olevan hyvin arkinen, mutta intiimi tuntu. Ihmettelin, miksi kodista ja sen sisustamisesta on tehty paljon viihdeohjelmia. Onko kotona oleminen viihdettä, pohdin. Mielihyväkulutusta oli myöskin tutkittu paljon. Halusin arkisten ja ehkä tylsienkin asioiden pääsevän esiin tutkimukseni kautta. Lopulta tunsin tutkimusaineistoa lukiessani olevani keskellä animaatioelokuvaa, johon joku muu kuin minä oli laatinut käsikirjoituksen. Monesti pohdinkin, kertoivatko haastateltavat minulle pelkästään haaveistaan ja mielikuvituksensa tuotteista. Kun sitten peilasin kertomuksia aiempiin tutkimuksiin ja ajankohtaisiin asioihin yhteiskunnassa, aloin uskoa haastateltavien kertovan totuudellisesti siitä todellisuudesta, joka on heidän mielessään. Ja tämän totuudellisuuden muodostumiseen mielikuvituksella on roolinsa.

Tutkimusongelmani oli selvittää kodin tuntua merkityskokonaisuutena. Kuitenkaan merkityskokonaisuutta ei voinut lähestyä suoraan, vaan oli lähdettävä tarkastelemaan kodin tuntua jäsentävistä tekijöistä lähtien. Kodin tunnun selvittämisen matkan varrella tutkimusprosessin lopputulemaksi tuli kaksi muuta tulosta: materian merkityksen muuttuminen ja kodin tunnun muodostavien osatekijöiden merkitysten uudet kerrostumat. Kodin tuntuun vaikuttaa paitsi aineellinen ja aineeton materia, myös mielikuvituksen avittamana virtuaalinen materia. Mukavuuden tunne kodin tunnun osatekijänä on hyvin merkityksellinen. Kuitenkin se tarkoittaa muutakin kuin fyysisen mukavuuden tunnetta esimerkiksi istuttaessa pehmeällä sohvalla kirjaa lukien riittävässä valaistuksessa. Mukavuus tarkoittaa myös vapautusta hektisestä elämänmenosta, psyykkisen kuormituksen vähenemistä ja arjen hallinnan helppoutta.

Tutkimusprosessi sai pohtimaan, mikä on huonekalu tämän päivän ja tulevaisuuden kuluttajan kodissa. Jo nyt sinne ovat kelvanneet tavarankuljetuksen alustoina käytetyt kuormalavat ja kaapelikelat. Muistoesineitä ei enää välttämättä esitellä kirjahyllyssä, vaan ne saatetaan ripustaa katosta roikkuvaan heinäseipääseen. Aiemmin kuormalavat, kaapelikelat ja heinäseipäät muuttuivat tarpeettomaksi jätteeksi palveltuaan loppuun alkuperäisessä käyttötarkoituksessa. Viime aikoina on julkisuudessa puhuttu niin sanotusta *trash-designista*, jossa roska mielletään kalusteiden ja muiden sisustusesineiden raaka-aineena (Kukkapuro-Enbom 2014). Gregsonin ja Crewen (2013) mukaan tavaralle voidaan aina luoda uusia merkityksiä, jos kuluttaja niin haluaa ja siihen kykenee. Niinpä jätemateriaalia kotonaan hyödyntävät kuluttajat toimivat yhteiskunnallisen ja globaalin muutoksen aallonharjalla, jonka lähtökohtana on tietoisuus maapallon raaka-ainevarojen rajallisuudesta. Mahdollisesti heidän tekemisensä ilmentävät kosmopolitiittista vastuullista ajattelutapaa (Featherstone 2002, 4). Materian, tässä tapauksessa jätemateriaalin, merkitys

kuluttajalle on siten myös ajan hermolla olevan muutoksen julkituominen kanssaihmisille (Corrigan 1997, 178). Mielenkiintoista on se, että kotoisuuden tunteeseen otetaan mukaan kestävä kehitys joko tietoisesti tai koska se on muodissa. Joka tapauksessa materian merkitys laajenee minäkeskeisyydestä yhteisöllisempään merkitykseen.

Vanhojen, käytettyjen huonekalujen ja muiden käytettyjen tavaroiden suosio tämän tutkimuksen nuorilla haastateltavilla voi olla myös vastareaktio arkielämässä välttämättä tarvittavien elektronisten laitteiden yhä lyhenevästä eliniästä. Puhelimet, kannettavat lukulaitteet ja tietokoneet pitää jatkuvasti vaihtaa uudemman teknologian laitteisiin, vaikka ne lyhyen ajanjakson tuntuisivatkin olevan olennainen osa omaa persoonaa. Ahuvian (2005, 182) mukaan haluttujen esineiden ja minän välisen ristiriidan voi poistaa etsimällä luovasti uudenlaisia ratkaisuja. Siksi kuluttaja saattaa haluta osaksi kotiaan pitkään olemassa olleen tavarat, jonka teknisen käyttöiän loppumisesta ei tarvitse välittää.

Kun vertaan Suomen ja Algarven aineiston tutkimustuloksia, huomio kiinnittyy ylipäättään puheeseen materiaasta. Suomalaista kotia sisustetaan tavaroilla, aineettomalla materiaalilla ja virtuaalisesti. Mutta ulkomaisessa kodissa materian merkitys halutaan häivyttää. Vaikuttaa, että nämä ihmiset ovat kyllästyneet tavarat paljouuteen. Kosmopoliittisen elämäntyylin tunnuspiirteisiin kuuluu ehkäpä välttämättäkin tavarat, konkreettisen materian, merkityksen väheneminen. Ainoastaan tarpeellinen tavaramaailma hyväksytään, ja sekin pyritään hankkimaan paikallisesti (Bardhi, Eckhardt et al. 2012). Lisäksi vaikutti, että Algarven kakkoskotiasukkaat ovat kyllästyneet materiaan, tavaramerkkeihin ja erottautumisen pyrkimykseen niiden välityksellä. Ovatko erottautumisen keinoksi nousemassa palvelut ja niiden käyttämisen hallitseminen? Vaatii erityisesti kulttuuripääomaa asettautua asumaan kotimaan ulkopuolelle. Kun suomalaisessa tutkimuksessa (Purhonen, Gronow et al. 2014) selvitettiin suomalaista makua soveltaen Bourdieun teoriaa, ulkomailla sijaitsevaa kakkoskotia ei tutkimuksessa huomioitu. Palveluiden käyttö, käytettävyys ja saatavuus ovat kuitenkin nousevia ilmiöitä yhteiskunnissa ja yksittäisissä kotitalouksissa.

Rybczynskin (1988) mukaan mukavuus koostuu useista kerroksista, jotka ovat tulleet historian saatossa yksi kerrallaan osaksi mukavuuden tunnetta. Vaikka uusia ulottuvuuksia yhdistyy mukavuuden osaksi, kaikista entisistä mukavuuden osista halutaan myös pitää kiinni. Yksi tärkeimmistä havainnoistani tutkimusaineistosta onkin se, miten modernin mukavuuden käsite ilmenee todellisessa elämässä. Nyt mukavuuden uusiin kerrostumiin ei ensisijaisesti tarvita uutta materiaa, vaan uudenlaisia systeemejä ja niiden ohjelmointia. Käytäntöihin liittyvä ajan, aikataulujen ja tekemisten hallinta tai sellaisen toive ovat uudenlaisia mukavuuden vaatimuksia. Ihmiset ovat yhä tiukemmin sidoksissa toisten ihmisten, asioiden ja organisaatioiden verkostoon niin ajallisesti kuin

paikallisesti. Niinpä oma tekeminen ja omat aikataulut ovat yhä tiukemmin sidoksissa toisten tekemisiin ja aikatauluihin (Shove 2003, 178).

Jos kodin tuntu on ahdistava olotila, joka on riippuvainen ulkoisen ympäristön rytmyksestä (Schatzki 2009; Shove, Trentmann et al. 2009), ahdistavasta tuntemuksesta pääsee eroon vain irrottamalla tuo riippuvuusside. Tästä lienee kyse, kun on pitänyt mennä Algarveen asti perustamaan kodin tuntu riippumattomuuden ja vapaudentunteen varaan. Portugalin auringon alla mukavuus kodin tunnun osana onkin rajoitteista, velvoitteista ja aikatauluista vapaa itsemääräämisoikeus! Ei ole ansiotyön velvoitteita eikä kaiken aikaa päällä olevia aikatauluja. Jokapäiväistä elämää ei kuormita suomalaisen elämänmenoon kuuluva protestanttisen etiikan mukainen vaatimus: työ ensin, hovit sitten (Heinonen 1998). Reilut kymmenen vuotta sitten McIntyre, Williams ja McHugh (2006, 313) esittivät tutkimuksensa johtopäätöksenä, että kakkoskotiin ei mennä ensisijaisesti pakoon jotain, vaan että kaikki kodit ovat levähdyspaikkoja muusta maailman menosta. Tämän tutkimuksen mukaan suomalaisten on pitänyt muuttaa Algarveen saakka päästäkseen irti ulkoa tulevista vaatimuksista ja sosiaalisesta hierarkiasta.

Asumisen järjestäminen palveluiden avulla on selvästi myös uusi kerrostuma mukavuuden tunteeseen. Vuokralla asuminen ja auton vuokraaminen olivat käteviä tapoja järjestää asuminen ja liikkuminen. Asumiseen pääsee käsiksi nopeasti, ja järjestelyn voi halutessaan myös purkaa nopeasti. Rento suhtautuminen asumiseen ilmeni myös siinä, että Suomen-kodissa designkalusteiden keskellä elämään tottuneet olivat tyytyväisiä vuokrasopimukseen sisältyviin Ikean kalusteisiin, vaikka ne ovat ”tapetoitua pahvikennoa” (herra *Golfari*, A-aineisto). Onko niin, että tulevaisuudessa koti rakennetaan ostopalveluita ja jakamistalouden palveluita yhdistämällä? Asunto vuokrataan, ateriat syödään ravintoloissa tai tilataan valmiina kotiin, pyykki pesetetään pesuloissa tai pyykinpesupalvelua tarjoavan mikroyrittäjän kotona, teatteriesityksiä, luentoja ja henkilökohtaisia kunto-ohjaajia tilataan tai järjestetään itse kotiin.

Kokonaisvaltaisen elämyksen tavoittelu kotona elämisessä vaikuttaa olevan tätä päivää. Elämyksiä haetaan kotitilassa ja kotitilasta, kodin ympäristöstä, mielikuvituksesta ja näkyvää todellisuutta täydentävästä virtuaalimaailmasta. Toisin sanoen kodin tuntu voi olla laajennetussa todellisuudessa (*augmented reality*). Internet toimii sekä tiedon lähteenä että mielikuvituksen, suorastaan fantasioiden, ruokkijana. Jotkut kuluttajat voivat leikitellä kodin tunnelmalla. Minusta tämän tutkimuksen tunnelmointia ja yhdessäoloa -kodin tuntu on kotiympäristössä toteutettua elämysteatteria, mistä Pine II ja Gilmore (1999) kirjoittivat. Tunnelman rakentaja, kodin asukas, haluaa toimia oman elämyksensä käsikirjoittajana ja elämysteatterin ohjaajana. Kotona oleva

aineellinen materia yhdistettynä aineettomiin asioihin kuten raitiovaunun ääneen tai raittiin ilman tuoksuun toimivat teatteriesityksen rekvisiittana. Toisin sanoen niillä ei ole itsenäistä merkitystä vaan ne ovat osa kokonaiselämystä. Campbellkin (2005) totesi, että kuluttajat haluavat ilmaista itseään luovasti esineitä (*by means of consumer 'props'*) hyödyntäen. Luova elämishakuisuus on edennyt kuluttajien koteihin. Aineistoni mukaan tunnelmalliseen kodin tuntuun kuuluvat toiset ihmiset niin läsnä osana tunnelmaa kuin tunnelman luoja yleisönä ja arvioijana. Aution, Huttusen ja Puhakan (2010, 112) mukaan keskiluokkainen hedonismi sallii nautiskelun, kunhan se on työllä ansaittua. Ainakin tämän tutkimuksen haastateltavat halusivat esitellä kodin tunnelmaansa muille ihmisille ja ottaa nämä osaksi elämystä. Puhetta työllä ansaitusta nautinnosta ei tässä tutkimuksessa tullut esille. Pikemminkin vaikutti, että vähäisistä taloudellisista varoista huolimatta pystytään luomaan mielihyvää tuova kodin tuntu.

Vaikka kodin tunteen tavoitteluun ei liittyisi edellä kuvattu tunnelmallinen elämyksellisyys, vaikuttaa, että perinteisestä skandinaavisesta vaaleasta ja pelkistetyistä sisustuksesta (katso esim. Heinonen 2007, 180; Sarantola-Weiss 2002, 340) ihanteena saatetaan olla luopumassa. Kodin miljöö voidaan rakentaa kuluttajien omaa persoonaa, harrastustoimintaa tai elämäntyyliä myötäileväksi. Uskalletaan rakentaa juuri omanlainen pesäkolo tai mielihyvän paikka. Tällaisesta antoi viitteitä koehaastatteluihin osallistunut ansiotyössä käyvä nainen. Hän oli haaveillut omantyyllisen sisustuksen tekemisestä rodeoharrastuksensa inspiroimana, mutta ei vielä ollut uskaltanut toteuttaa sitä. Haaveesta muistuttamassa oli autotallissa nahkainen hevosen satula.

Kuluttajan omaan historiaan liittyvät esineet ovat merkityksellisiä myös tämän tutkimuksen mukaan. Ne ovat muistutuksia pysyvyydestä ja jatkuvuudesta (Corrigan 1997). Kun kodin tunnussa korostuu käpertyminen turvalliseen pesäkoloon, kalusteet, valokuvat ja lahjaesineet muistuttavat menneestä omasta elämästä, tapahtumista ja läheisistä ihmissuhteista. Kuluttaja asettaa itsensä tavaroiden avulla osaksi ajallista historiaa.

Kodin tuntu voi tarkoittaa myös hyvin toisenlaisia asioita. Se voi olla pelkästään vaatimus kodin tilan toiminnallisesta sopivuudesta kuluttajan elämisen ja asumisen tapaan nähden. Toimivan tilan sisustus voi olla mobiili niin, että huonekalut ovat pyörillä tai muutoin helposti liikuteltavia. Tällöin kodin tilasta saa hetkessä studion, isomman ihmisjoukon kokoontumistilan tai askarteluhuoneen. Vaikka tällainen koti oli tämän tutkimuksen haastateltavista pyörätuolia käyttävällä henkilöllä, voi ratkaisu olla sopiva kenelle tahansa kuluttajalle. Työpaikan ja kodin rajat ovat jo hämärtyneet, joten kalustukseltaan muuntuva koti voi hyvinkin olla laajemman ihmisjoukon tulevaisuutta. Tai



oikeammin kodin tilan monikäyttöisyys talonpoikaisen tuvan tapaan saattaa tulla uudelleen ajankohtaiseksi (Rybczynski 1988, 42).

Tässä tutkimuksessa haettiin erilaisia kodin tuntuja. Ainoastaan parille tämän tutkimuksen haastateltavalle kodin tuntu tarkoitti pelkästään toimivaa tilaa. Useimmille kokonaistuntu muodostuu toimivuuden ja muunlaisen kodin tunnun yhdistelmästä. Käytännössä eri kodin tunnut eivät ole toisiaan poissulkevia. Esimerkiksi erään haastateltavan (Julius, S-aineisto) kodissa toiminnallinen tila ja kokonaisvaltainen tunnelma kohtasivat sopusoinnussa. Kodin tuntu voi samallakin kuluttajalla vaihdella ajallisesti ja paikallisesti. Mielen sisälle kotia rakennetaan missä vain ja yhä enemmän verkossa sijaitsevilla kotisivuilla ja verkkoyhteisöissä. Ideat tallennetaan omiin tiedostoihin tai pilvipalveluihin tai vain haaveisiin. Välillä arki kuormittaa niin, että kodin toiminnallisuus on keskiössä. Sitten lähdetään mökille ja käperrytään pesäkoloon tai virkistäydytään kotona. Algarven kakkoskodin kodin tuntu vaikutti olevan kokonaisuudessaan yhdistelmä pesäkoloa ja mielen sisäistä olotilaa. Joskus kodin tuntu ei toteudu lainkaan todellisuudessa, vaan ainoastaan jossakin tulevaisuuden asunnossa, josta haaveillaan.

Baumanin (2011) mukaan modernille ajalle on tyypillistä työn ja vapaa-ajan, yksityisen ja julkisen sekä *on-line*- ja *off-line*-elämän sekoittuminen. Tutkimuksessani esiin tullut virtuaalisustaminen lienee yksi esimerkki tästä. Kakkoskotiasukkaat haluavat paeta tätä sekamelskaa ja tehdä elämänsä selkeämmäksi yksinkertaistamalla arkielämäänsä. He kylläkin täysin hyvillä mielin hyödyntävät verkkosovelluksia pitäessään yhteyttä läheisiinsä eri maissa sekä lukemalla kotimaisia ja muita tuttuja verkkolehtiä sekä katsomalla televisio-ohjelmia Suomesta. Toisin sanoen, kun he lähtivät pakoon työajan ja vapaa-ajan rajojen hämärtymistä sekä yksityiselämän ja julkisen elämän sekoittumista, he ovat nyt riippuvaisia *on-line*-yhteyksistä ihmisiin eri paikoissa. Jälkmodernissa yhteiskunnassa voi tällä tavalla poimia rusinoita oman elämäntyylin pullaan.

Suomen aineistossa oli muutamia esimerkkejä kodin avautumisesta tuntemattomillekin tapahtumapaikaksi. Internet tulee kotiin ja koti avautuu verkkoyhteisön jäsenille (Manninen 2017). Sillä tavoin blogia seuraavat ihmiset tai muutoin sosiaalisessa mediassa viestitelleet pääsevät myös konkreettisesti yhteyttä pitäneen henkilön kotiin. Yksityisyyden rajat hämärtyvät myös luvattomasti. Kun päästää toisia ihmisiä kotiinsa, on aina vaarana, että he ottavat kuvia ja jakavat nämä eteenpäin älypuhelimensa kautta. Esimerkiksi remonttimiehen viattomatkin kuvat asiakkaiden hienoista ratkaisuista voivat päätyä jonkun toisen kotiin. Mutta Algarven suomalaiset vaikuttavat pitävän kotiovensa suljettuna. Sen sijaan he seurustelevat toisten ihmisten kanssa paljon kodin ulkopuolella. Lieneekö tässä kyse sukupolvien välisestä erosta. Nuoremmat ovat verkkokeskusteluissa ja

verkkoyhteisöissä tottuneet seurustelemaan tuntemattomien kanssa. Kodin yksityisyyden rajat hämärtyvät joka tapauksessa. Koehaastatteluihin osallistuneen sisustusmyyjän kotina toimi vanha rautatieasema. Se oli puolijulkainen tila, jossa vieraita kävi seurustelemassa tiuhaan. Osa näistä vierailijoista toi tullessaan vanhoja huonekaluja ja jätti ne asemalle.

Tutkimukseni perusteella ulkomailla olevan kakkoskodin merkitys on aivan erilainen kuin kotimaisen kesämökin. Tyypillinen suomalainen kesämökin asukas toisintaa perinteistä maaseudun elämäntyyliä kaikkine siihen liittyvine puuhineen. Kesämökillä liikunnallisuus on ensisijaisesti mökin ja sen ympäristön huoltoa, korjausta ja arvon ylläpitoa. Algarven suomalaisten fyysiset uurastukset kohdistuvat oman fyysisen, henkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin ylläpitämiseen. Yhdessä toisten ihmisten kanssa he nauttivat auringosta, valosta, lämmöstä ja maisemasta. He myös urheilevat, ulkoilevat ja käyvät konserteissa, kahviloissa ja ravintoloissa yhdessä. Heille kodin tuntu oli mielen sisäinen olotila. Vihdoinkin saa nauttia omasta elämästään niin kuin haluaa!

Vapauteen nauttia omasta elämästä kuuluvat myös uudet mahdollisuudet elämässä. Mielestäni Giddensin peräänkuuluttamat ihmisen elämän uudet mahdollisuudet toteutuvat Algarven suomalaisten valinnoissa. Algarveen oltiin tultu nauttimaan paitsi työelämän jälkeisestä vapaudesta myös parisuhteen uudistamisesta tai uudesta parisuhteesta. Suomea edullisemmat elinkustannukset antoivat parille henkilölle mahdollisuuden jättäytyä pois työelämästä silloin, kun puoliso jäi eläkkeelle.

Kuluttajien kansainvälistyessä tavat ja käytännöt vaeltavat maasta toiseen. Näinköhän ystävien tapaaminen yhteisillä ulkoiluretkillä sekä kahviloissa ja ravintoloissa yleistyy Suomessa edelleen, kun Suomen rajojen ulkopuolella kakkoskodissa asuvat viettävät aikaa Suomessa? Tuollainen kodin ulkopuolella seurustelu on vaivatonta, sillä kenenkään ei tarvitse huolehtia kestityksestä eikä kodin siivoamisesta vieraita varten.

Tutkimuksessa esiin tullut virtuaalisistuminen sai minut pohtimaan seuraavaa: tarvitseeko enää välittää konkreettisesta sisustamisesta? Ainakin jos hakee itselleen arvostusta, riittää, kun tekee sisustusasetelman, kuvaa sen ja laittaa blogiin tai sosiaaliseen mediaan arvioitavaksi. Tällaisia näyttämöitä voi rakennella riippumatta siitä, minkälainen koti todellisuudessa on. Osa kuluttajista sisustaa verkkovierailijoita varten, eikä omaa asumistaan eikä kodissa asuvia varten. Tämä voi olla itsensä toteuttamista. Tällä tavoin pystyy osoittamaan hyvää sisustamisen makua ilman, että tarvitsee taloudellisesti panostaa siihen.

Paikkaan kiinnittyminen (Featherstone 2002; Giddens 2013; Mimina 2015) vaikuttaa tosiaankin irtaantuvan maantieteellisestä sijainnista. Kosmopoliiteille kuluttajille kodista on tullut valintakysymys. Koti ja kodit voidaan perustaa sinne, missä oman elämäntyylin mukaan voi elää, vaikka vain lyhyemmänkin aikaa (Bardhi, Eckhardt et al. 2012). Suomalaista identiteettiä voidaan ylläpitää Suomen rajojen ulkopuolella. Verkko-sovellukset edesauttavat suomalaisten juurien ylläpitoa niin läheisten ihmisten yhteydenpitona kuin verkkolehtien ja suomenkielisten ohjelmien lukemisena ja katsomisena. Kuitenkin jotkut paikat koetaan niin miellyttäviksi uuden elämänvaiheen mahdollistajiksi, että kodissa ollaan valmiita luopumaan monesta asumisen perusasiasta. Asunnon ja auton omistaminen, kodin kalustaminen omien mieltymysten mukaan sekä säännöllinen saunominen antavat tilaa toisenlaiselle asumisen ja elämisen tavalle.

Elämää halutaan rytmittää elämänsä aikana. Jotkut tekevät rytmitystä sisustamalla kotinsa uudella tavalla esimerkiksi uudessa elämänvaiheessa. Toiset rytmittävät sitä valitsemalla kahden asunnon elämisen, jolloin asuntojen keskinäinen kodin tuntu on erilainen. Usean kodin välillä eläminen saattaa merkitä pitkäaikaista elämysmatkaa. Kun vuosittaisen ajan jakaa useamman kodin välillä, asuinympäristössä on aina uutta koettavaa.

Tämän tutkimuksen perusteella mökkeilyyn verrattavaa irti arjesta -tunnelmaa voidaan toteuttaa myös muunlaisessa kahden asunnon elämisen muodossa. Parisuhteessa elävät ihmiset voivat pitää kummankin aiemmat asunnot parin yhteisinä asuntoina. Tällöin toinen asunto toimii arkitoimintojen kotina ja toista käytetään irti arjesta -kotina. Samoin seniori-ikäisille saattaa tulla eteen kahden asunnon tilanne, jos toinen terveydellisistä syistä muuttaa asumaan palveluasuntoon, mutta toinen puoliso ei halua muuttaa sinne koko-aikaisesti. Terveemmälle puolisolalle, joka mahdollisesti vuosia on toiminut puolisonsa omaishoitajana, tilanne mahdollistaa uudenlaisen elämästä nautiskelun. Puhutaankin supersenioreista (Heinilä 2014). Tällainen superseniori oli yksi tämän tutkimuksen haastateltava. Vaikka hän huolehti muistisairaasta puolisostaan ja kävi tämän palvelutaloasunnossa, vietti hän omasta kodistaan käsin varsin aktiivista elämää. Hän suunnitteli sisustavansa kotinsa kokonaan eri lailla kuin aiemmissa elämänvaiheissa. Kodin tuntu on kaikille kuluttajille merkityksellinen. Joillekin se ei vain ole mahdollista tässä ja nyt. Silloin kodin tuntu on haaveissa.

## 9.1. AIHEITA JATKOTUTKIMUKSIIN

Kuluttajien suhtautuminen kodin sisustamiseen vaikuttaa olevan rentoa. Kuinka yleistä on fantasiamaaailman rakentaminen kotiin? Tutkimuksessani tuli ilmi hyvin elämyksellisen kodin tunnun rakentaminen. Kuinka yleistä on elämyksellisyyden tavoittelu laajemman suomalaisen väestön keskuudessa? Onko kodin kalustus muuttunut kestokulutustuotteesta kulutustavaraksi, joka voidaan

vaihtaa mielihaluun tai elämänvaiheen muuttumisen jälkeen kokonaan uudeksi? Tällöin esimerkiksi lapsuuden kodista voidaan siirtyä harjoituskotiin. Ostetaanko (tulevaisuudessa) kodin sisustus palveluna jonkin teeman mukaan? Jo nyt yksityisiä koteja tarjotaan matkailijoille maksua vastaan lyhytaikaisiksi majoituspaikoiksi. Ihmiset tottuvat asumaan toisten ihmisten täydellisesti kalustamissa ja sisustamissa kodeissa. Leviääkö tämä tapa lyhytaikaisesta majoittumisesta pidempiaikaiseen asumiseen? Jos niin käy, ihmisten muuttaminen paikkakunnalta toiselle helpottuu. Työn perässä liikkuminen on tähän mennessä ollut hankalaa ja kallista, koska on pitänyt pakata kodin sisältö, kuljettaa tavarat lähtökodista uuteen kotiin, purkaa muuttolaatikat ja sisustaa uusi koti.

Verkkoyhteydet ovat tunkeutuneet koteihin. Minusta olisi tarpeellista tutkia verkkoyhteisöjen sekä erilaisten neuvonta- ja markkinointisivustojen vaikutusta kuluttajien sisustushankintoihin. Missä määrin tällaiset sivustot opastavat kuluttajia, toimivat ajanvietteenä, ylläpitävät samanhenkisten yhteisöllisyyttä, inspiroivat virtuaalisistutamaan ja missä määrin ne herättävät halua ostaa tavaroita ja palveluita?

Kahden kodin kanssa eläminen vaikuttaa tarkoittavan muutakin kuin ajan jakamista pääasiallisen kodin ja kesämökin välille. Perheyhteisöt ovat nykyään hyvin moninaisia. Minkälaisia kakkoskoteja suomalaisilla on? Miten he jakavat elämisensä näiden kotien välillä? Haetaanko eri kodeista erilaista kodin tuntua? Valjastetaanko eri kodit eri identiteettien toteutuspaikoiksi?

Kuluttajien suhtautuminen kotiensa materiaan vaatii mielestäni niin ikään lisätutkimuksia. Kuinka monelle kodin materiasta on tullut turha taakka? Liittyykö kodin materian vähäinen merkitys ainoastaan monipaikka-asumiseen?

## 9.2.Loppusanat

Tämä tutkimus sekoitti kulutuskulttuurin vallitsevia lähestymistapoja niin, että vaikutteita tuli käytäntöjen teoriasta, yksilöllisen identiteetin rakentamisesta ja elämäntyylien tarkastelusta. Toivon, että lukija ei pidä valitsemaani linjaa näkökulman horjumisena, vaan panostuksena käytäntöjen teorian kehittämiseen. Mielestäni identiteetti ja elämäntyyli voidaan nähdä käytäntöjen abstrakteina elementteinä ilman että tarkastelunäkökulma vaihdetaan yksilöllisen valinnan tarkasteluun tai kulttuuristen rakenteiden tutkimiseen. Identiteetti ja elämäntyyli voivat olla käytännön teoreettisessa tutkimuksessa olemassa olevia kuluttajan mielikuvia ja käsityksiä hänestä itsestään ja omista pyrkimyksistään. Näkemykseni on lähellä Reckwitzin (2002) määritelmää käytännöistä. Niissä yhdistyvät kuluttajan ruumiilliset ja henkiset toiminnot, materia ja sen käyttäminen sekä taustatiedot ymmärtämisen, tietotaidon, tunnetilan ja motivaation muodossa. Käytäntöjen teoriaa on lähetty

kehittämään muun muassa siksi, että ymmärrettäisiin käytäntöjen muuttuminen tai pysyvyys laajemmassa yhteydessä (esim. Shove, Pantzar et al. 2012, 1). Siksi kuluttaja on haluttu laittaa käytännön kuljettajaksi ja käytännön muodostavien elementtien koordinoijaksi.

Otin siis käytäntöjen teoriasta vaikutteita ja vapauksia laatiessani tutkimukseni suunnitelmaa. Kun nyt tarkastelen tutkimukseni tuloksia, minulle herää kysymys: Voiko tutkimukseni analyysin tuloksia kodin tunnun kokonaisuuksista pitää käytäntöinä? Käytäntöjen teoriaa tarkastellessa ensin tulee ajatus, että ne voisivat olla käytäntöjen yhdistelmiä tai ryppäitä. Mutta koska en analysoinut aineistokorpusta rakentamalla alemman asteen käytäntöjä, noin ei voi tulkita. Kuitenkin kodin tunnun osatekijät voitaisiin tulkita käytännön elementteinä. Silloin tutkimukseni merkityskokonaisuudet pesäkolo, mielen sisäinen olotila, toimiva tila, tunnelmointia ja yhdessäoloa sekä mielenrauhan tyysija voisivat olla kodissa elämisen yleiskäytäntöjä. Ne toimisivat taustavaikuttajina alemman tason käytäntöihin esimerkiksi ilta-aterian valmistamisessa ja aterioidessa tai sauvakävelylenkillä Quarteiran ja Portimãon *praialla*. Voiko siis käytäntöjä tutkia ylemmältä ja abstraktimmalta tasolta käsin? Teoriaa vapaasti tulkiten voisin sanoa, että kodin tunnun kokonaisuudet ovat elämistä ohjaavia käytäntöjä. Shove, Pantzar ja Watson (2012, 44) kirjoittavat, että käytäntöjen elementit ovat pysyvämpiä kuin käytännöt. Mielestäni kodin tunnun merkityskokonaisuudet, esimerkiksi toimiva tila tai pesäkolo voivat olla hyvinkin pysyviä. Sen sijaan kodin tunnun muodostavat osatekijät, käytäntöjen elementit, ja alemman tason käytännöt voivat muuntua paljonkin ajassa ja tilassa.

Käytäntöjen teoriassa kuluttajan tietotaidot ovat olennainen osa käytäntöjä. Jos ajattelee kodin tuntua käytäntönä, ja kuluttaja haluaa ulkomailla sijaitsevaan asuntoon liittää kodin tunnun, tarvitaan erityistä sosiaalista ja kulttuurista pääomaa. Toisin sanoen tottumusta kommunikoida eri maiden ihmisten kanssa, valmiutta solmia uusia ystävyysuhteita muiden suomalaisten kanssa puhtaalta pöydältä, tottumusta asioida toisenlaisen kulttuurin olosuhteissa ja kielitaitoa (vertaa Gustafson 2006, 24). Warden (2005) mukaan käytäntöihin tarvitaan piilevää kulttuurista tietämystä, menettelytapojen tuntemusta ja tunnepohjaista sitoutumista käytäntöön. Näiden tietotaitojen omaksumiseen tarvitaan kokemusta ulkomailla olemisesta. Kun kodin päättää perustaa Portugalin Algarveen, tarvittavista resursseista taloudelliset resurssit eivät ole kriittinen tekijä, sillä eläminen siellä on selvästi edullisempaa kuin Suomessa.

Käytäntöjen teorian mukaan materia on yksi toimija käytännöissä eikä pelkästään merkityksen välittäjä (Warde 2014). Materiaalin tutkiminen on myös olennainen osa käytäntöjen teorian mukaista tutkimusta. Siinä materiaan luetaan mukaan monenlainen asia teknologiasta ja infrastruktuurista yksittäisiin esineisiin. Niinpä materiaalin rooli ja merkitys sai ison osan tästä tutkimuksesta: miten

materiaa hankitaan kotiin, mitkä resurssit vaikuttavat materiahankintoihin ja mitkä ovat tärkeiksi koetut tuoteominaisuudet. Käytännön teoriassa tietotaidoilla ja muilla resursseilla katsotaan olevan myös toimijan rooli. Niin sanotut hiljaiset tiedot karttuvat teorian mukaan kuluttajalle resursseiksi (Reckwitz 2002; Trentmann 2009c), mutta niistä ei saa tietoa kuluttajilta suoraan kysymällä. Hiljaiset tiedot tulevat julki välillisesti tulkitsemalla kuluttajien toimia ja puhetta. Niinpä uskonkin, että esimerkiksi yhteiskunnassa tapahtuneet tietotekniset muutokset ovat pakottaneet kuluttajat omaksumaan uutta tietoa ja uusia käyttötapoja. Siksi on ymmärrettävää, että tämän tutkimuksen mukaan materiaksi voidaan lukea myös virtuaalinen materia. Aikuiset ihmiset pystyvät nykyään leikkimään kotia virtuaalisesti. Tulevaa kotia voi suunnitella ja siitä haaveilla. Haaveiden toteutumista odotellessa kodin kalustuksen voi hankkia kierrätetystä materiaasta suhteellisen vaivattomasti ja edullisesti. Vaikuttaa siltä, että mielikuvitus, virtuaalimaailma ja lisätty todellisuus ovat jo tulleet jäsentämään kodin tuntua. Aineellisenkin materian merkitykseen vaikuttaa mielikuvitus, kuten Bachelard (1964/1957) kirjoitti. Huonekalut kutsuvat luokseen istumaan, koska niiden kanssa on vietetty yhteisiä hetkiä. Edesmenneet läheiset vastaavat katseeseen, kun katsoo kuvaa tai piironkia. Jos omia muistoja ei sisälly huonekaluihin ja esineisiin, niitä voi ostaa käytettynä ja kuvitella niihin muistot ja tarinat.

## LÄHTEET

AHUVIA, A.C., 2005. Beyond the extended self: Loved objects and consumer's identity narratives. *Journal of Consumer Research*, **32**(June), pp. 171-184.

ALASUUTARI, P., 1999. *Laadullinen tutkimus*. Tampere: Vastapaino.

ALASUUTARI, P. ja ALASUUTARI, M., 2010. *Mökkihulluus. Vapaa-ajan asumisen taika ja taito*. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.

AMSDEN, B.L., STEDMAN, R.C. and KRUGER, L.E., 2011. The creation and maintenance of sense of place in a tourism-dependent community. *Leisure Sciences*, **33**, pp. 32-51.

ARNOULD, E.J. and THOMPSON, C.J., 2005. Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, **31**, pp. 868-882.

ARONSSON, L., 2004. Place attachment of vacation residents: between tourists and permanent residents. In: C.M. HALL and D.K. MÜLLER, eds, *Tourism, mobility and second homes. Between elite landscape and common ground*. Clevedon, UK: Chanel view publications, pp. 75-86.

ARSEL, Z. and BEAN, J., 2013. Taste Regimes and Market-Mediated Practice. *Journal of Consumer Research*, **39**(5), pp. 899-917.

ASHTAR, L., SHANI, A. and URIELY, N., 2017. Blending 'home' and 'away' young Israeli migrants as VFR travellers. *Tourism Geographies*, **19**(4), pp. 658-672.

ATTRIDE-STIRLING, J., 2001. Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative research*, **1**(3), pp. 385-405.

AUTIO, M., 2006. *Kuluttajuuden rakentuminen nuorten kertomuksissa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

AUTIO, M., HUTTUNEN, K. ja PUHAKKA, E., 2010. Keskiluokkainen ja ekonomistinen eetos kulutuskerronnassa: ansaittua ja laskelmoitua hedonismia. Teoksessa: M. LAMMI, L. PEURA-KAPANEN ja P. TIMONEN, toim., *Kulutuksen määrät ja tyylit talouden muutoksissa. Kuluttajatutkimuksen vuosikirja 2010*. Tampere: Kuluttajatutkimuskeskus, ss. 95-115.

BACHELARD, G., 1964 (1957). *The poetics of space*. Boston: Beacon press.

BAHLOUL, J., 1999. The memory house: time and place in Jewish immigrant culture in France. In: D. BIRDWELL-PHEASANT and D. LAWRENCE-ZÚÑIGA, eds, *House life. Space, place and family in Europe*. Oxford, New York: Berg, pp. 239-249.

BARDHI, F., ECKHARDT, G.M. and ARNOULD, E.J., 2012. Liquid relationship to possessions. *Journal of Consumer Research*, **39**(October), pp. 510-529.

BAUDRILLARD, J., 1970/1998. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage.

BAUMAN, Z., 2011. Migration and identities in the globalized world. *Philosophy and social criticism*, **37**(4), pp. 425-435.

- BAUMAN, Z., 2002. *Notkea moderni*. Tampere: Vastapaino.
- BELK, R.W., 1995. Studies in the new consumer behaviour. In: D. MILLER, ed, *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. London: Routledge, pp. 53-93.
- BELK, R.W., 1988. Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, **15**(2), pp. 139-168.
- BERGER, P.L. and LUCKMANN, T., 1994. *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen. Tiedonsosiologinen tutkielma*. Helsinki: Gaudeamus.
- BIRKEBÆK OLESEN, B., 2010. Ethnic objects in domestic interiors: space, atmosphere and the making of home. *Home Cultures*, **7**(1), pp. 25-42.
- BJÖRKVALL, A. and KARLSSON, A., 2011. The materiality of discourses and the semiotics of materials: A social perspective on the meaning potentials of written texts and furniture. *Semiotica*, **187**(1), pp. 141-165.
- BLUNT, A. and DOWLING, R., 2006. *Home*. London, New York: Routledge.
- BORGERSON, J.L., 2013. The flickering consumer: new materialities and consumer research. In: R.W. BELK, PRICE L. and L. PENALOZA, eds, *Consumer culture theory: Research in consumer behavior*. Bingley: Emerald, pp. 125-144.
- BOURDIEU, P., 1979/1994. *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
- BRAUN, V. and CLARKE, V., 2006. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, **3**(2), pp. 77-101.
- BUCHER, E., FIESELER, C. and LUTZ, C., 2016. What's mine is yours (for a nominal fee) - Exploring the spectrum of utilitarian to altruistic motives for Internet-Mediated sharing. *Computers in Human Behavior*, **62**, pp. 316-326.
- CAMPBELL, C., 2005. The Craft Consumer: Culture, craft and consumption in a portmodern society. *Journal of Consumer Culture*, **5**(23), pp. 23-42.
- CHANEY, D., 2002. Cosmopolitan art and cultural citizenship. *Theory, culture & society*, **19**(1-2), pp. 157-174.
- CHANEY, D., 1996. *Lifestyles*. London: Routledge.
- CHAPLIN, D., 1999. Consuming work/productive leisure: the consumption patterns of second home environments. *Leisure Studies*, **18**(1), pp. 41-55.
- CHURCH, K., WEIGHT, J., BERRY, M. and MACDONALD, H., 2010. At Home with Media Technology. *Home Cultures*, **7**(3), pp. 263-286.
- CIERAAD, I., 2010. Homes from Home: Memories and Projections. *Home Cultures*, **7**(1), pp. 85-102.



CLARK, A., CAMERON, C. and KLEIPOEDSZUS, S., 2015. Sense of place in children's residential care homes: Perceptions of home? *Institutionalised Children Explorations and Beyond*, 2(2), pp. 190.

CLARKE, A.J., 2002. Taste Wars and Design Dilemmas: Aesthetic Practice in the Home. In: C. PAINTER, ed, *Contemporary Art and the Home*. Oxford: Berg, pp. 131-151.

COHEN, S., 2010. Searching for escape, authenticity and identity: Experiences of 'Lifestyle travellers'. In: M. MORGAN, P. LUGOSI and J.R.B. RITCHIE, eds, *The tourism and leisure experience. Consumer and managerial perspectives*. Bristol, Buffalo, Toronto: Chanel view publications, pp. 27-42.

CORRIGAN, P., 1997. *The Sociology of Consumption*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

CRESWELL, J.W., HANSON, W.E., PLANO CLARK, VICKI L. and MORALES, A., 2007. Qualitative research design: selection and implementation. *The counseling psychologist*, 35(2), pp. 236-264.

CSIKSZENTMIHALYI, M. and ROCHBERG-HALTON, E., 1981. *The meaning of things. Domestic symbols and the self*. Cambridge: Cambridge University Press.

DANIELS, I., 2001. The "untidy" House in Japan. In: D. MILLER, ed, *Home Possessions*. Oxford: Berg, pp. 201-229.

DAZKIR, S.S. and READ, M.A., 2012. Furniture forms and their influence on our emotional responses toward interior environments. *Environment and Behavior*, 44(5), pp. 722-734.

DEMI.FI, 31/07/2017, 2017-last update, Puhelin pois yöksi [Homepage of A-lehdet oy], [Online]. Available: <https://www.demi.fi/keskustelut/oma-planeetta/puhelin-pois-yoksi> [02/10, 2018].

DOUGLAS, M. and ISHERWOOD, B., 1980. *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. Harmondsworth: Penguin Books.

DUVAL, D.T., 2004. Mobile migrants: travel to second homes. In: C.M. HALL and D.K. MÜLLER, eds, *Tourism, mobility and second homes. Between elite landscape and common ground*. Clevedon, UK: Chanel view publications, pp. 87-96.

EHRNROOTH, J., 1990. Intuitio ja analyysi. Teoksessa: K. MÄKELÄ, toim., *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus, ss. 30-41.

ELLIS, C., ADAMS, T.E. and BOCHNER, A.P., 2011. Autoethnography: An overview. *Historical social research*, 36(4), pp. 273-290.

EPP, A.M. and PRICE, L.L., 2010. The storied life of singularized objects: Forces of agency and network transformation. *Journal of Consumer Research*, 36(February), pp. 820-837.

ESKOLA, J. ja SUORANTA, J., 1996. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

ETEMADDAR, M., DUNCAN, T. and TUCKER, H., 2016. Experiencing 'moments of home' through diaspora tourism and travel. *Tourism Geographies*, 18(5), pp. 503-519.

- FALK, H., WIJK, H., PERSSON, L. and FALK, K., 2012. A sense of home in residential care. *Scandinavian Journal of Caring Sciences*, **27**, pp. 999-1009.
- FEATHERSTONE, M., 2014. The rich and super-rich: mobility, consumption and luxury lifestyles. In: N. MATHUR, ed, *Consumer culture, modernity and identity*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington D.C.: Sage, pp. 3-12.
- FEATHERSTONE, M., 2002. Cosmopolis. An introduction. *Theory, culture & society*, **19**(1-2), pp. 1-16.
- FEATHERSTONE, M., 1995. *Undoing culture. Globalization, postmodernism and identity*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- FERGUSON, M.R., 2011. Finding a home abroad with "Eveline": Using narrative inquiry to establish a sense of place for a Western teacher in a foreign and multicultural context. *Journal of studies in international education*, **15**(1), pp. 25-40.
- FOXALL, G.R., GOLDSMITH, R.E. and BROWN, S., 1998. *Consumer Psychology for Marketing*. London: International Thompson Business Press.
- FUENTES, M., 2011. *Att göra hem - En studie av unga mäns boende och konsumtion på 2000-talet.*, Gothenburg Research Institute och Centrum.
- GABRIEL, Y. and LANG, T., 1995. *The Unmanageable Consumer. Contemporary Consumption and its Fragmentation*. London: Sage.
- GIDDENS, A., 2013. *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity Press.
- GIDDENS, A., 1991. *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.
- GOULDING, C., 2005. Grounded theory, ethnography and phenomenology. A comparative analysis of three qualitative strategies for marketing research. *European Journal of Marketing*, **39**(3/4), pp. 294-308.
- GRAM-HANSEN, K. and BECH-DANIELSEN, C., 2004. House, Home and Identity from a Consumption Perspective. *Housing, Theory and Society*, **21**(1), pp. 17-26.
- GREGSON, N. and CREWE, L., 2003. *Second hand cultures*. Oxford: Berg.
- GRONOW, J. and WARDE, A., 2001. Epiologue: Conventional consumption. In: J. GRONOW and A. WARDE, eds, *Ordinary Consumption*. London, New York: Routledge, pp. 219-231.
- GULLESTAD, M., 1984. *Kitchen-table Society. A case study of the family life and friendships of young working-class mothers in urban Norway*. Oslo, Bergen, Stavanger, Tromsø: Universitetsforlaget.
- GUSTAFSON, P., 2006. Place attachment and mobility. In: N. MCINTYRE, D. WILLIAMS and K. MCHUGH, eds, *Multiple Dwelling and Tourism : Negotiating Place, Home and Identity*. Wallingford, GB: CAB International, pp. 17-32.

HAARTMANN, B.J., WIERTZ, C. and ARNOULD, E., 2011. Practice consumption and value creation: advancing the practice theoretical ontology of consumption community. *Advances in Consumer Research*, **39**, pp. 519-520.

HAKALA, I., AUTIO, M. and TOPPINEN, A., 2015. Young Finnish and German consumers' furniture acquisition - wooden, inherited or just low price? *International Journal of Consumer Studies*, **39**(5), pp. 445-451.

HALKIER, B. and IBEN, J., 2011. Methodological challenges in using practice theory in consumption research. Examples from a study on handling nutritional contestations of food consumption. *Journal of Consumer Culture*, **11**(1), pp. 101-123.

HALL, C.M., 2005. Time, space, tourism and social physics. *Tourism Recreation Research*, **30**(1), pp. 93-98.

HALL, S., 1999. *Identiteetti*. Tampere: Vastapaino.

HAMZAH, H. and ADNAN, N., 2016. The meaning of home and its implications on alternative tenures: A Malaysian perspective. *Housing, Theory and Society*, **33**(3), pp. 305-323.

HANNULA, M., 1997. *Mitä tehdä, kun maailma hajoaa? Sosiologi Anthony Giddensin mukaan elämänpolitiikka on oman elämän politiikkaa.* <http://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000003643936.html> edn.

HEINILÄ, T., 2014. *Sitran trendit: superseniorit*. Helsinki: Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra.

HEINONEN, V., 2012. Arkielämän tutkimusperinteet, kulutus ja rutiinit. *Kulutustutkimus. Nyt*, **1**, ss. 60-74.

HEINONEN, V., 2008. *Muutoksia suomalaisten vapaa-ajan vietoissa - kotisohvalla, yhteisöissä ja matkailuelämyksissä.* <http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2008/11/kts2008heinonen.pdf>.

HEINONEN, V., 2007. Kotitalous mikroskoopin alla. Teoksessa: K. HÄGGMAN, toim., *Suomalaisen arjen historia 3. Modernin Suomen synty*. Porvoo: Weilin Göös Oy, ss. 168-195.

HEINONEN, V., 2004. Kulutus ja eettiset kysymykset. Teoksessa: K. AHLQVIST ja A. RAIJAS, toim., *Ihanne ja todellisuus. Näkökulmia kulutuksen muutokseen*. Helsinki: Tilastokeskus, ss. 167-192.

HEINONEN, V., 1998. *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki. Kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa*. Helsinki: Suomen Historiallinen Seura.

HIRSCHMAN, E.C., 1984. Experience seeking: A subjectivist perspective of consumption. *Journal of Business Research*, **12**(1), pp. 115-136.

HOEY, B.A., 2016. Negotiating work and family: lifestyle migration potential selves and the role of second homes as potential spaces. *Leisure Studies*, **25**(1), pp. 64-77.

- HOLBROOK, M.B. and HIRSCHMAN, E.C., 1982. The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*, **9**(2), pp. 132-140.
- HOPKINSON, G.C. and PUJARI, D., 1999. A Factor Analytic Study of the Sources of Meaning in Hedonic Consumption. *European Journal of Marketing*, **33**(3/4), pp. 273-290.
- HOYER, W.D. and STOKBURGER-SAUER, N.E., 2012. The role of aesthetic taste in consumer behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, **40**, pp. 167-180.
- HUI, A., 2009. Many homes for tourism. Re-considering spatializations of home and away in tourism mobilities. *Tourist studies*, **8**(3), pp. 291-311.
- HURDLEY, R., 2006. Dismantling Mantelpieces: Narrating Identities and Materializing Culture in the Home. *Sociology*, **40**(4), pp. 717-733.
- HYPPONEN, M. and NYMAN, L., 2017. The internet of (vulnerable) things: on Hypponen's law, security, engineering and IoT legislation. *Technology innovation management review*, **7**(4), pp. 5-11.
- ILMONEN, K., 2007. *Johan on markkinat. Kulutuksen sosiologista tarkastelua*. Tampere: Vastapaino.
- INGSTRÖM, P., 2014. *Tunteilla on tilansa. Kirjoituksia kodeista*. Helsinki: Schilds & Söderströms.
- JALAS, M., 2009. Making time: Reciprocal object relations and the self-legitimizing time of wooden boating. In: E. SHOVE, F. TRENTMANN and R. WILK, eds, *Time, consumption and everyday life. Practice, materiality and culture*. pp. 203-216.
- JALLINOJA, R., 2004. Tunteiden kulutus. Teoksessa: P. JOKIVUORI and P. RUUSKANEN, toim., *Arjen talous. Talous, tunteet ja yhteiskunta*. Jyväskylä: Minerva kustannus oy, ss. 122-138.
- JALLINOJA, R., 2000. *Ylilatautunut yksityiselämä*. Helsinki: Gaudeamus.
- JENKINS, A., CROITORU, A., CROOKS, A.T. and STEFANIDIS, A., 2016. Crowdsourcing a collective sense of place. *PLoS ONE*, **11**(4),.
- JOHNSTON, J., 2018. Book review: Alan Warde. The practice of eating. *European Journal of Cultural Studies*, **21**(2), pp. 275-278.
- JOKINEN, A., JUHILA, K. ja SUONINEN, E., 2012. *Kategoriat, kulttuuri & moraali*. Tampere: Vastapaino.
- JOKINEN, E., 1997. *Väsynyt äiti. Äitiyden omaelämäkerrallisia esityksiä*. Tampere: Gaudeamus.
- KAKSPLUS.FI, 02/03/2013, 2013-last update, Puhelimien kerääminen pois klo 21 [Homepage of Otavamedia], [Online]. Available: <https://kaksplus.fi/threads/puhelimien-keraeaeminen-pois-klo-21.2244757/> [02/10, 2018].
- KALLIO, H., PIETILÄ, A., JOHNSON, M. and KANGASNIEMI, M., 2016. Systematic methodological review: developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. *Journal of advanced nursing*, , pp. 2954-2964.

- KARISTO, A., toim., 2000. *Suomalaiselämää Espanjassa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- KAUKO, O. and FORSBERG, H., 2017. Housing pathways, not belonging and sense of home as described by unaccompanied minors. *Nordic social work research*, , pp. 1-12.
- KERTTULA, S., 2004. *Kun on niin kiire*. Tilastokeskus.
- KIELITOIMISTON SANAKIRJA, 28/02/2017, 2017-last update [Homepage of Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy], [Online]. Available: [www.kielitoimistonsanakirja.fi](http://www.kielitoimistonsanakirja.fi) [02/07, 2018].
- KING, R., WARNES, T. and WILLIAMS, A., 2000. *Sunset lives. British retirement migration to the Meriterranean*. Oxford, New York: Berg.
- KINNUNEN, V., 2017. *Tavarat tiellä. Sosiologinen tutkimus esinesuhteista muutossa*. Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- KNIJNIK, J., 2014. Feeling at home: an autoethnographic account of an immigrant football fan in Western Sydney. *Leisure Studies*, **34**(1), pp. 34-41.
- KORDEL, S., 2016. The production of spaces of the 'good life' - the case of lifestyle migrants in Spain. *Leisure Studies*, **25**(2), pp. 129-140.
- KORKMAN, O. ja PANTZAR, M., 2007. Arjessa asiakkaat ovat samanlaisia. *Talouselämä*, **4**, ss. 33-33.
- KOSKINEN, I., ALASUUTARI, P. ja PELTONEN, T., 2005. *Laadulliset menetelmät kauppatieteissä*. Tampere: Vastapaino.
- KOTRO, T., TIMONEN, P., PANTZAR, M. and HEISKANEN, E., 2005. *The Leisure Business and Lifestyle*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- KUIJSTERS, A., REDI, J., DE RUYTER, B., SEUNTIENS, P. and HEYNDERICKX, I., 2014. Affective ambiances created with lighting for older people. *Lighting Research & Technology*, **47**, pp. 859-875.
- KUKKAPURO-ENBOM, I., 2014/02/04, 2014-last update, Mikä kumma trash design?. Available: <http://joutsenmerkki.fi/2014/02/04/mika-kumma-trash-design/> [09/10, 2015].
- LEACH, R., 2002. What Happened at Home with Art: Tracing the Experience of Consumers. In: C. PAINTER, ed, *Contemporary Art and the Home*. Oxford. New York: Berg, pp. 153-180.
- LEFEBVRE, H., 1991. *The production of space*. Oxford: Blackwell Publishing.
- LIKKANEN, M., 2009. Suomalaisen makukulttuurin erityispiirteitä. Teoksessa: M. LIKKANEN, toim., *Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat*. Helsinki: Gaudeamus, ss. 161-200.
- LIPKINA, O., 2013. Motives for Russian second home ownership in Finland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, **13**(4), pp. 299-316.

LUSCH, R.F. and VARGO, S.L., 2006. Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements. *Marketing theory*, **6**, pp. 281-288.

LYYTIKÄINEN, K., 2017. "Turhaa ja tarpeellista" - Lapsenhuoneen tavaroista lasten lahjoihin. Helsinki: Helsingin yliopisto, Taloustieteen laitos.

LYYTIKÄINEN, P. and SAARIKANGAS, K., 2013. Introduction: Imagining spaces and places. In: S. ISOMAA, P. LYYTIKÄINEN, K. SAARIKANGAS and R. SUOMINEN-KOKKONEN, eds, *Imagining spaces and places*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, pp. ix-xx.

MALLET, S., 2004. Understanding home: a critical review of the literature. *The sociological review*, pp. 62-89.

MANNINEN, M., 2017, 03/12/2017. Pariskunta teki olohuoneesta luentosalin, asukkaat kerrostalostaan ravintolan - onko kotien yksityinen tila nakertumassa?. *Helsingin Sanomat*.

MARCOUX, J., 2001. The 'casser maison' ritual. *Journal of Material Culture*, **6**(2), pp. 213-235.

MARKKANEN, K., 2015. *Tavarat vähenevät kodeissa*. <http://www.hs.fi/koti/a1441333876883> Helsinki: Sanoma Oyj.

MARTELIUS-LOUNIALA, T., 2017. *Siinä pitää kyllä olla vähän teflonii. Tunnekokemuksia johtajana irtisanomistilanteessa*, University of Jyväskylä, Jyväskylä University School of Business and Economics.

MATILA, R., 11/01/2018, 2018-last update, Kosketusnäyttö, istuinlämmitys, musiikkisoitin ja automaattinen kansi - tällainen on älypöytä [Homepage of Yleisradio], [Online]. Available: <https://yle.fi/uutiset/3-10017636> [02/19, 2018].

MCCRACKEN, G., 1988. *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

MCINTYRE, N., WILLIAMS, D.R. and MCHUGH, K.E., 2006. Multiple dwelling: Prospect and retrospect. In: N. MCINTYRE, D. WILLIAMS and K. MCHUGH, eds, *Multiple Dwelling and Tourism : Negotiating Place, Home and Identity*. Wallingford, GB: CAB International, pp. 313-323.

MCINTYRE, N., ROGGENBUCK, J.W. and WILLIAMS, D.R., 2006. Home and away: Revisiting 'escape' in the context of second homes. In: N. MCINTYRE, D. WILLIAMS and K. MCHUGH, eds, *Multiple Dwelling and Tourism : Negotiating Place, Home and Identity*. Wallingford, GB: CAB International, pp. 114-128.

MIETTINEN, H. ja KOSKI, S., 2016. *Mökkibarometri 2016*. Maa- ja metsätalousministeriö. Saaristoasiain neuvottelukunta.

MILLER, D., 2010. *Stuff*. Cambridge: Polity Press.

MILLER, D., 2009. Buying time. In: E. SHOVE, F. TRENTMANN and R. WILK, eds, *Time, consumption and everyday life. Practice, materiality and culture*. Oxford, New York: Berg, pp. 157-169.

MILLER, D., 2008/03/11, 2008-last update, Marianne Gullestad (1946-2008). Available: <http://www.materialworldblog.com/2008/03/marienne-gullestad-1946-2008/> [2016/06/15, .

MILLER, D., 2006. Things that Bright up the Place. *Home Cultures*, 3(3), pp. 235-249.

MILLER, D., 2002. Accomodating. In: C. PAINTER, ed, *Contemporary Art and the Home*. Berg: Oxford International Publishers Ltd., pp. 115-130.

MILLER, D., 1998. *A Theory of Shopping*. Cambridge: Polity Press.

MILLER, D., 1997. Consumption and its consequences. In: H. MACKAY, ed, *Consumption and everyday life*. London: Sage, pp. 13-64.

MIMINA, A., 2015. Home is where the money is: financial consumption in global mobility. *Advances in Consumer Research*, 43, pp. 393-398.

MOISANDER, J., 2005. Kulttuurinen kuluttajatutkimus. *Kulutustutkimus. Nyt*, 1, pp. 37-48.

MOISANDER, J. and VALTONEN, A., 2006. *Qualitative Marketing Research. A Cultural Approach*. London: Sage.

MONEY, A., 2007. Material Culture and the Living Room. The Appropriation and Use of Goods in Everyday Life. *Journal of Consumer Culture*, 7(3), pp. 355-377.

MORLEY, D., 2000. *Home territories. Media, mobility and identity*. London, New York: Routledge.

MÜLLER, D.K., 2002. Reinventing the countryside: German second-home owners in Southern Sweden. *Current Issues in Tourism*, 5(5), pp. 426-446.

MÄKELÄ, K., 1990. Kvalitatiivisen analyysin arviointiperusteet. Teoksessa: K. MÄKELÄ, ed, *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus, ss. 42-61.

NIEMELÄ, K., 2000. *Ihminen tarvitsee selviytymismahdollisuuksia* <http://ylioppilaslehti.fi/2000/12/ihminen-tarvitsee-selviytymismahdollisuuksia/>.

NYKÄNEN, A., 2018. Professori Piia Jallinoja tietää, millainen juhlapöytä ottaa kaikki huomioon ja miksi voileipäkakku on moka. <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000005685491.html>.

NYRHINEN, J. ja WILSKA, T., 2012. Kohti vastuullista ylellisyyttä? Eettiset ja ekologiset trendit sekä luksuskulutus Suomessa. *Kulutustutkimus. Nyt*, 1, ss. 20-41.

OIKEUSMINISTERIÖ, 2017-last update [Homepage of Rikoksenteorjuntaneuvosto], [Online]. Available: <http://rikoksenteorjunta.fi/vakivalta> [02/08, 2018].

ORWELL, G., 1949. *Nineteen eighty-four*. London: Secker & Warburg.

PAASONEN, S., 2009. Immaterial homes, personal spaces, and the Internet in home-making. In: H. JOHANSSON and K. SAARIKANGAS, eds, *Homes in transformation. Dwelling, moving, belonging*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura - Finnish literature society, pp. 338-357.

PAAVILAINEN, H., 2013. *Dwelling with Design*. Helsinki: Aalto University School of Arts, Design and Architecture.

PANTZAR, M., 2000. *Tulevaisuuden koti. Arjen tarpeita keksimässä*. Helsinki: Otava.

PANULA, J., 2017. Irtisanottu juoksi pakkasessa Mannerheimintietä, toinen soitti aina potkujen vuosipäivänä - johtajat kertovat tutkimuksessa irtisanomisen kipeistä hetkistä. *Helsingin Sanomat*.

PEACOCK, J.L., 2001. *The anthropological lens. Harsh light, soft focus*. 2nd edn. Cambridge: Cambridge University Press.

PEKKONEN, H., 2009. "Siulle tää on vitosen ja kaks saat kympillä" - Kirpputorit tavarasuhteiden ilmentäjinä ja kirpputoriturstien vapaa-ajanviettopaikkoina. Helsinki: Helsingin yliopisto, Taloustieteen laitos.

PERIÄINEN, K., 2006. The summer cottage: A dream in the Finnish forest. In: N. MCINTYRE, D. WILLIAMS and K. MCHUGH, eds, *Multiple Dwelling and Tourism : Negotiating Place, Home and Identity*. Wallingford, GB: CAB International, pp. 103-114.

PERKINS, H.C. and THORNS, D.C., 2006. Home away from home: The primary/second home relationship. In: N. MCINTYRE, D. WILLIAMS and K. MCHUGH, eds, *Multiple Dwelling and Tourism: Negotiating Place, Home and Identity*. Wallingford, GB: CAB International, pp. 67-81.

PETRIDOU, E., 2001. The Taste of Home. In: D. MILLER, ed, *Home Possessions. Material Culture Behind Closed Doors*. Oxford, New York: Berg, pp. 87-104.

PINE II, J.B. and GILMORE, J.H., 1999. *The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston, Massachusetts: Howard Business School Press.

PITKÄNEN, K., 2011. *Mökkimaisema muutoksessa. Kulttuurimaantieteellinen näkökulma mökkeilyyn*, University of Eastern Finland.

PITKÄNEN, K., ADAMIAK, C. and HALSETH, G., 2014. Leisure activities and rural community change: Valuation and use of rural space among permanent residents and second home owners. *Sociologia Ruralis*, **54**(2), pp. 143-167.

PITKÄNEN, K., PUHAKKA, R. and SAWATZKY, M., 2011. The role of nature in the place meanings and practices of cottage owners in northern environments. *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*, **65**, pp. 175-187.

POWELL, H., 2009. Time, Television, and the Decline of DIY. *Home Cultures*, **6**(1), pp. 89-108.

PURHONEN, S., GRONOW, J., HEIKKILÄ, R., KAHMA, N., RAHKONEN, K. and TOIKKA, A., eds, 2014. *Suomalainen maku: kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

PURHONEN, S., RAHKONEN, K. ja ROOS, J.P., toim., 2006. *Johdanto. Bourdieun merkitys ja ominaislaatu*. Tampere: Vastapaino.



- QUINN, B., 2004. Dwelling through multiple places: a case study of second home ownership in Ireland. In: C.M. HALL and D.K. MÜLLER, eds, *Tourism, mobility and second homes. Between elite landscape and common ground*. Clevedon, UK: Channel View Publications, pp. 113-130.
- QUITZAU, M. and RØPKE, I., 2009. Bathroom Transformation: from Hygiene to Well-being. *Home Cultures*, 6(3), pp. 219-242.
- RAIJAS, A., 1997. *The Consumer's Choice of Grocer's Shop - a Comparison between Two Metropolitan Areas in Finland and Norway*. Julkaisuja 6. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- RECKWITZ, A., 2002. Toward a Theory of Social Practices. A Development in Culturalistic Theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), pp. 243-263.
- REIMER, S. and LESLIE, D., 2004. Identity, consumption, and the home. *Home Cultures*, 1(2), pp. 187-208.
- RICHINS, M.L., 1994. Valuing Things: The Public and Private Meaning of Possessions. *Journal of Consumer Research*, 21(3), pp. 504-519.
- RIIKONEN, J., 2018, 06/02/2018. Sähköautojen hiljaisuuden päivät ovat pian ohi - heinäkuusta 2019 lähtien sähkömoottorilla kulkeviin autoihin on lisättävä ääntä, sillä hiljaisuus voi tappaa. *Helsingin Sanomat*.
- ROJEK, C., 1995. *Decentring leisure. Rethinking leisure theory*. London: Sage.
- RONKAINEN, S., 1999. *Ajan ja paikan merkitsemät. Subjektiviteetti, tieto ja toimijuus*. Tampere: Gaudeamus.
- RUOTSALA, H., 2008. Does sense of place still exist? *Journal of ethnology and folkloristics*, 2(1), pp. 43-54.
- RURAL FINLAND, 2018-last update, Matkailun kymmenen trendiä. Available: <https://drive.google.com/file/d/0B94H62J-S811Zk15T1hCZE5xZ2M/view> [05/07, 2018].
- RUSSELL, J.A. and PRATT, G., 1980. A description of the affective quality attributed to environments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38(2), pp. 311-322.
- RUUSKANEN, O., 2004. *An Econometric Analysis of Time Use in Finnish Households*. Helsinki: Helsinki School of Economics.
- RYBCZYNSKI, W., 1988. *Home: A short history of an idea*. London: Heinemann.
- RYTILAHTI, P., 2007. Social value of old and new luxury. In: T. KEINONEN, ed, *Design connections - knowledge, value and involvement through design*. Helsinki: University of Art and Design Helsinki, pp. 46-53.
- RYYNÄNEN, T. and HEINONEN, V., 2017. From nostalgia for the recent past and beyond: The temporal frames of recalled consumption experiences. *International Journal of Consumer Studies*, pp. 1-9.

RYYNÄNEN, T., JOUTSELA, M. and HEINONEN, V., 2016. "My grandfather kept on of these tins on top of the bookshelf" Consumers' recalled experiences involving packaging. *Qualitative Market Research: An International Journal*, **19**(1), pp. 4-26.

SAARANEN-KAUPPINEN, A. ja PUUSNIEKKA, A., 2006-last update, KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [Homepage of Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto], [Online]. Available: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus> [03/17, 2015].

SAARIKANGAS, K., 2008. Rakennetun ympäristön muutos ja asumisen mullistus. Teoksessa: K. HÄGGMAN, M. KUISMA, P. MARKKOLA, P. PULMA, R. KUOSMAENE and R. FORSLUND, toim., *Suomalaisen arjen historia. Hyvinvoinnin Suomi*. Porvoo: Weilin&Göös Oy, ss. 142-163.

SAARIKANGAS, K., 1999. Kohtaamisia kahviloissa. Teoksessa: M. SARANTOLA-WEISS, toim., *Yhteiset olohuoneet*. Keuruu: Otava, pp. 89-99.

SARANTOLA-WEISS, M., 2003. *Sohvaryhmän läpimurto*. Helsinki: Suomen kirjallisuuden seura.

SARANTOLA-WEISS, M., 2002. Hauskat pienet tavarat - kodin esinemaailma. Teoksessa: K. SAARIKANGAS, P. MÄENPÄÄ and M. SARANTOLA-WEISS, toim., *Suomen kulttuurihistoria 4. Koti, kylä, kaupunki*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi, ss. 338-345.

SARPILA, O. ja HAANPÄÄ, L., 2010. "Rikas mies jos oisin". Luksustuotteet osana suomalaisten vapaavalintaista kulutusta koskevia haaveita. Teoksessa: M. LAMMI, L. PEURA-KAPANEN and P. TIMONEN, toim., *Kulutuksen määrät ja tyylit talouden muutoksissa. Kuluttajatutkimuksen vuosikirja 2010*. Tampere: Kuluttajatutkimuskeskus, ss. 42-58.

SCHATZKI, T., 2009. Timespace and the organization of social life. In: E. SHOVE, F. TRENTMANN and R. WILK, eds, *Time, consumption and everyday life. Practice, materiality and culture*. pp. 35-48.

SCHATZKI, T.R., 2010. Materiality and social life. *Nature and culture*, **5**(2), pp. 123-149.

SCHAU, H.J., MUNIZ JR, A.M. and ARNOULD, E.J., 2009. How Brand Community Practices Create Value. *Journal of Marketing*, **73**(5), pp. 30-51.

SCHWARZ, B., 2004. *The paradox of choice. Why more is less?* New York: Harper Collins Publishers.

SCHWARZ, N. and OYSERMAN, D., 2001. Asking Questions about Behavior: Cognition, Communication, and Questionnaire Construction. *American Journal of Evaluation*, **22**(2), pp. 127-160.

SCITOVSKY, T., 1992. *The Joyless Economy. The Psychology of Human Satisfaction*. New York: Oxford University Press.

SELWOOD, J. and TONTS, M., 2006. Seeking serenity: Homes away from home in Western Australia. In: N. MCINTYRE, D. WILLIAMS and K. MCHUGH, eds, *Multiple Dwelling and Tourism : Negotiating Place, Home and Identity*. Wallingford, GB: CAB International, pp. 161-179.

SHOVE, E., 2009. Everyday Practice and the Production and Consumption of Time. In: E. SHOVE, F. TRENTMANN and R. WILK, eds, *Time, Consumption and Everyday Life. Practices, Materiality and Culture*. Berg, pp. 17-33.

SHOVE, E., 2003. *Comfort, Cleanliness and Convenience: the Social Organisation of Normality*. Oxford, New York: Berg.

SHOVE, E., PANTZAR, M. and WATSON, M., 2012. *The Dynamics of Social Practice. Everyday Life and How it Changes*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage.

SHOVE, E., TRENTMANN, F. and WILK, R., eds, 2009. *Time, Consumption and Everyday Life. Practice, Materiality and Culture*. Oxford, New York: Berg.

SIEVÄNEN, T., POUTA, E. and NEUVONEN, M., 2007. Recreational home users - potential clients for countryside tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(3), pp. 223-242.

SILVERMAN, D., 2000. *Doing qualitative research. A practical handbook*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

SIMONSEN, K., 2005. Bodies, sensations, space and time: the contribution from Henri Lefebvre. *Geografiska Annaler: Series B. Human Geography*, 87(1), pp. 1-14.

SNOW, D. and HEIRLING, J., 1992. The beleaguered self (Book review). *Contemporary Sociology*, 21(6), pp. 846-848.

SORON, D., 2017. Book review. Warde, Alan. The practice of eating. *Canadian Journal of Sociology*, 42(1), pp. 131-134.

SORONEN, A., 2011. *Tavallisuudesta tylikkyyteen? Sukupuoli ja maku kodinmuutosohjelmissa*. Helsinki: Unigrafia.

SORONEN, A. and SOTAMAA, O., 2004. "And my Microwave is a Fox". Reflecting Domestic Environments and Technologies by Means of Self-documentation Packages. In: F. SUDWEEKS and C. ESS, eds, *Proceedings Cultural Attitudes Towards Communication and Technology*. Australia: Murdoch University, pp. 211-225.

SOUTHERTON, D., 2001. Consuming Kitchens. Taste, context and identity formation. *Journal of Consumer Culture*, 1(2), pp. 179-203.

STEDMAN, R.C., 2006. Understanding place attachment among second home owners. *American Behavioral Scientist*, 50(2), pp. 187-205.

STEINER, H. and VEEL, K., 2017. Negotiating the boundaries of the home: the making and breaking of lived and imagined walls. *Home Cultures*, 14(1), pp. 1-5.

STEVENS, L. and MACLARAN, P., 2005. Exploring the 'shopping imaginary': The dreamworld of women's magazines. *Journal of Consumer Behaviour*, 4(4), pp. 282-292.

STRANDELL, A. and HALL, C.M., 2015. Impact of the residential environment on second home use in Finland - Testing the compensation hypothesis. *Landscape and urban planning*, **133**, pp. 12-23.

SULKUNEN, P., 2006. *Mikä ihmeen talous? Sosiaalisen synty ja hiipuminen Smithin ja Bourdieun yhteiskuntateorioissa*. Tampere: Vastapaino.

SULKUNEN, P., 1990. Ryhmähaastattelun analyysi. Teoksessa: K. MÄKELÄ, toim., *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus, ss. 264-285.

SUOMEN SUURLÄHETYSTÖ LISSABON, 09/10/2013, 2013-last update, Suomi Portugalissa. Available:

<http://www.finlandia.org.pt/public/default.aspx?nodeid=40751&contentlan=1&culture=fi-FI> [04/03/2018, 2018].

SUOMEN VIRALLINEN TILASTO (SVT), 11/10/2017, 2017-last update, Asunnot ja asuinolot. Yleiskatsaus 2016, Liitetaulukko 5. Asuntokanta ja varusteet 1960–2016 . [Homepage of Tilastokeskus], [Online]. Available: [http://stat.fi/til/asas/2016/01/asas\\_2016\\_01\\_2017-10-11\\_tau\\_005\\_fi.html](http://stat.fi/til/asas/2016/01/asas_2016_01_2017-10-11_tau_005_fi.html) [02/20, 2018].

SUOMEN VIRALLINEN TILASTO (SVT), 2016-last update, Rakennukset ja kesämökit 2015. Available: [http://www.stat.fi/til/rakke/2015/rakke\\_2015\\_2016-05-26\\_kat\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/rakke/2015/rakke_2015_2016-05-26_kat_001_fi.html).

SVENSON, S., 2004. The cottage and the city: an interpretation of the Canadian second home experience. In: C.M. HALL and D.K. MÜLLER, eds, *Tourism, mobility and second homes. Between elite landscape and common ground*. Clevedon, UK: Chanel view publications, pp. 75-86.

SYRJÄLÄ, H. and NORRGRANN, A., 2018. "When your dog matches your decor" Object agency of living and non-living entities in home assemblage. In: BAJDE, KJELLGAARD and R.W. BELK, eds, *Research in consumer behavior*. Emerald, .

THOMPSON, C.J., LOCANDER, W.B. and POLLIO, H.R., 1989. Putting Consumer Experience Back into Consumer Research: The Philosophy and Method of Existential-Phenomenology. *Journal of Consumer Research*, **16**(September), pp. 133-146.

THOMPSON, C.J. and TAMBYAH, S.K., 1999. Trying to be cosmopolitan. *Journal of Consumer Research*, **26**(6), pp. 214-241.

TILASTOKESKUS, 18/06/2007, 2007-last update, Huvilaomistuksesta koko kansan mökkeilyyn [Homepage of Tilastokeskus], [Online]. Available: <https://www.stat.fi/tup/suomi90/kesakuu.html> [06/11, 2018].

TIMONEN, P., 2009. Arkiset haaveet - luontoharrastukset nautinnon lähteenä. Teoksessa: M. LIIKKANEN, toim., *Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat*. Helsinki: Gaudeamus, ss. 203-224.

TIVI.FI, , Nyt myydään tavaraa verkossa: suomalaisen palvelun käyttö räjähti [Homepage of Talentum], [Online]. Available: [http://www.tivi.fi/Kaikki\\_uutiset/2015-02-17/Nyt-myyd%C3%A4%C3%A4n-tavaraa-verkossa-suomalaisen-palvelun-k%C3%A4ytt%C3%B6-r%C3%A4j%C3%A4hti-3215974.html](http://www.tivi.fi/Kaikki_uutiset/2015-02-17/Nyt-myyd%C3%A4%C3%A4n-tavaraa-verkossa-suomalaisen-palvelun-k%C3%A4ytt%C3%B6-r%C3%A4j%C3%A4hti-3215974.html) [02/17, 2015].

- TRENTMANN, F., 2009a. Crossing divides. Consumption and globalization in history. *Journal of Consumer Culture*, **9**(2), pp. 187-220.
- TRENTMANN, F., 2009b. Disruption is normal: breakdowns and the elasticity of everyday life. In: E. SHOVE, F. TRENTMANN and R. WILK, eds, *Time, consumption and everyday life. Practice, materiality and culture*. Oxford, New York: Berg, pp. 67-84.
- TRENTMANN, F., 2009c. Materiality in the future of history: things, practices and politics. *Journal of British Studies*, **48**(2), pp. 283-307.
- TUOMI, J. ja SARAJÄRVI, A., 2002. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- TUULENTIE, S., 2007. Settled Tourists: Second Homes as a Part of Tourist Life Stories. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, **7**(3), pp. 281-300.
- UIMONEN, S., 2018. *The expenditure profile of second home tourists: The case of Finns in the Algarve*. Research paper edn. Faro, Portugal: .
- ULVER, S. and OSTBERG, J., 2014. Moving up, down or sideways. *European Journal of Marketing*, **48**(5/6), pp. 833-853.
- UOTILA, M., 2014. *Sikahalpa vai törkykallis? Kuluttajien mielikuvia päivittäistavaraketjujen hinnoista. Maisteritutkielma*. Helsinki: Helsingin yliopisto, Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta, Taloustieteen laitos.
- URRY, J., 2012. Social networks, mobile lives and social inequalities. *Journal of transport geography*, **21**, pp. 24-30.
- URRY, J., 1995. *Consuming Places*. London: Routledge.
- UTRIO, K., 1998. *Perhekirja. Eurooppalaisen perheen historia*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- UUSI KOTI, 2012. *Uusi Koti*.
- VAN HOOFF, J., VERBEEK, H., JANSSEN, B.M., EIJKELENBOOM, A., FELIX, E., NIEBOER, K.A., ZWERTS-VERHELST, E.L.M., SIJSTERMANS, J.J.W.M. and WOUTERS, E.J.M., 2016. A three perspective study of the sense of home of nursing home residents: the views of residents, care professionals and relatives. *BMC Geriatrics*, **16**(169), pp. 1-15.
- VAN HOOFF, J., VERHAGEN, M.M., WOUTERS, E.J.M., MARSTO, H.R., RIJNAARD, M.D. and JANSSEN, B.M., 2015. Picture your nursing home: exploring the sense of home of older residents through photography. *Journal of aging research*, , pp. 1-11.
- VARPA, J., 2016. *Det hemtrevliga och imponerande - paradox i det svenska hemmet*. Pro Gradututkielmat. Helsinki: Helsingin yliopisto, Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta, Taloustieteen laitos.
- VEBLEN, T., 1899/2002. *Joutilas luokka - The Theory of the Leisure Class*. Helsinki: Art House.

VEIJOLA, S. and FALIN, P., 2016. Mobile neighbouring. *Mobilities*, **11**(3), pp. 382-399.

VEIJOLA, S., ILOLA, H. ja EDELHEIM, J., 2013. Johdanto matkailun tutkimukseen. Teoksessa: S. VEIJOLA, toim., *Matkailututkimuksen lukukirja*. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, ss. 16-29.

VIRTANEN, T.J., 24/02/2017, 2017-last update, Arjen teknologiat. 100 vuotta mennyttä ja tulevaa. Kännykkä. Puhelimesta monitoimijaksi. [Homepage of Turun yliopisto], [Online]. Available: <http://arjenteknologiat.utu.fi/2017/02/24/kannykka-puhelimesta-monitoimijaksi/> [02/19, 2018].

VOGELS, I., 2008. Atmosphere metrics. In: J.H.D.M. WESTERINK, M. OUWERKERK, T.J.M. OVERBEEK, PASVEER, W.FRANK and B. DE RUYTER, eds, *Probing experience. From assessment of user emotions and behaviour to development of products*. Volume 8 Philips Research edn. Dordrecht, The Netherlands: Springer, pp. 25-42.

VOLONTÉ, P., 2010. Communicative objects. In: S. VIHMA, ed, *Design semiotics in use*. Helsinki: Aalto University. School of Art and Design, pp. 112-128.

WALSH, K., 2006. British Expatriote Belongings: Mobile Homes and Transnational Homing. *Home Cultures*, **3**(2), pp. 123-144.

WARDE, A., 2014. After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, **14**(3), pp. 279-303.

WARDE, A., 2005. Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, **5**, pp. 131-153.

WELUM, 2018-last update, 2017 lifestyle global trend: people first [Homepage of Welum], [Online]. Available: <https://www.welum.com/article/lifestyle-global-trend-people-first/> [05/19, 2018].

WOODWARD, I., 2003. Divergent Narratives in the Imagining of the Home amongst Middle-Class Consumers: Aesthetics, Comfort and the Symbolic Boundaries of Self and Home. *Journal of Sociology*, **39**(4), pp. 391-412.

YILMAZ, K., 2013. Comparison of qualitative and qualitative research traditions: epistemologica, theoretical and methodological differences. *European journal of education*, **48**(2), pp. 311-325.

**Liite 1. Haastattelusuunnitelma teemoittain, Suomessa kerätty aineisto**

<b>Teema</b>	<b>kysymys</b>
elämänvaihe	Kertokaa, minkälaisessa taloudessa asutte.
Asumisen tapa	Miten teillä kotia asutaan? Mitä te teette kotona? Miten käytätte kodin eri huoneita ja tiloja? Mikä merkitys kodilla on sinulle? Miten otatte huomioon omat ja perheenjäsenten harrastukset sisustamisessa? Käykö teillä kotona ystäviä, sukulaisia tai muita perheen ulkopuolisia ihmisiä?
Tiedon ja vaikutteiden lähteet sisustamisessa	Kun puhutaan sisustamisesta, minä tarkoitan paitsi isompia muutosprojekteja myöskin yksittäisten tuotteiden ostamista. Mikä saa teidät ostamaan uusia tavaroita tai sisustamaan tai tekemään muutoksia sisustukseen?  Mistä te saatte vaikutteita silloin kun tällaisia muutoksia teette? Mitkä ovat tiedon tai vaikutuksen lähteinä?
Tavaroiden hankkiminen ja tuoteominaisuudet	Millä perusteella ostattte tavaroita kotiin? Mitä ominaisuuksia painotatte huonekaluja hankittaessa?  Raivaatko aika ajoin pois vaatteita, tavaroita, huonekaluja ja viet ne kirpputoreille, jätteisiin, tai lahjoitat niitä toisille ihmisille?
Tavoitellut merkitykset	Onko kodin sisustaminen sinulle keino toteuttaa itseäsi? Miten se ilmenee?  Onko puhtaus kodissa tärkeä? Pidätkö järjestystä ja siisteyttä tärkeänä kotonasi? Onko sinulle väliä, ovatko vaatteet ja tavarat vähän huiskin haiskin kotonasi?  Mikä tai mitkä tekijät tekevät kodista mukavan?  Onko koti sinulle lähinnä löhöilyn, tv:n katsomisen ja rentoutumisen paikka?  Mikä tai mitkä tekijät tekevät kodista viihtyisän?  Mikä merkitys aistikokemuksilla on? Aistikokemuksia voivat olla ruuan tuoksu, ulkoa tulleen koiran haju, hälinä kotona, puheensorina, värimaailma, valoisuus, tilan tuntu, sohvan pehmeys, puun tuntu koskettaessa.  Pidätkö esillä läheisten valokuvia, lempitavaroita ja heidän antamia lahjoja?  Miten toisten ihmisten vaikutus näkyy kodissasi? Toisilla ihmisillä tarkoitan perheenjäseniä, ystäviä, perheenjäsenten kavereita, naapureita, lapsuuden kodin perheenjäseniä tai muita sinulle merkityksellisiä ihmisiä.  Joudutko tai haluatko sisustaa kotiasi niin, että saat arvostusta ulkopuolisilta?
Haaveet	Onko teillä sisustushaaveita? Haluaisitteko toteuttaa ne? Mitä esteitä haaveiden toteuttamiselle on?

## **Liite 2. Teemahaastattelun suunnitelma, Algarvessa kerätty osa-aineisto**

### **Taustakysymyksiä**

Onko teillä omistus- vai vuokra-asunto Algarvessa?

Kuinka kauan teillä on ollut asunto täällä?

#### **1. Portugalin Algarve asuinpaikkana**

<b>Teema</b>	<b>kysymykset</b>
<b>Paikan merkitys</b>	Miten päädyitte hankkimaan kakkoskodin juuri Algarvesta? Paljonko aikaa vuoden aikana vietätte täällä kakkoskodissanne? Mikä Algarvessa viehättää?

#### **2. Viihtyminen**

<b>teema</b>	<b>kysymykset</b>
<b>avoin aloituskysymys</b>	Mikä tai mitkä tekijät tekevät Portugalin kodista viihtyisän? Miten viihtyminen Portugalin kodissa eroaa Suomen kodissa viihtymisestä?
<b>Arkielämä ja elämän rytmi</b>	Minkälainen on teidän tyypillinen päivä Algarvessa? Miten eläminen eroaa Suomessa elämisestä?
<b>Luonto ja ilmasto</b>	Mikä merkitys Algarven luonnolla ja ilmastolla on tässä kodissa viihtymiseen? Entä Suomessa?
<b>Aistikokemukset</b>	Mitkä aistikokemukset liittyvät kodin tuntuun?



<b>Materiaalien merkitys</b>	<p>Miten esineet, huonekalut ja muut tavarat vaikuttavat kotona viihtymiseen täällä?</p> <p>Oletko tuonut Suomesta huonekaluja, astioita, valokuvia tai muita esineitä?</p> <p>Oletko hankkinut sisustusesineitä paikallisesti?</p> <p>Mikä on materiaalien merkitys viihtymiseen Suomen kodissa?</p>
<b>Ihmissuhteet</b>	<p>Minkälaiset ihmissuhteet vaikuttavat viihtymiseen Algarven kodissa?</p> <p>Vaikuttaako viihtymiseesi kanssakäyminen paikallisten ihmisten kanssa?</p> <p>Haluatko, että kakkoskodissa käy suomalaisia sukulaisia, ystäviä?</p> <p>Minkälaiset ihmissuhteet vaikuttavat viihtymiseen Suomen kodissa?</p>

### 3. Rentoutuminen ja mukavuus

<b>teema</b>	<b>kysymykset</b>
<b>avoin aloituskysymys</b>	<p>Mikä tai mitkä tekijät tekevät kodista mukavan?</p> <p>Onko haluamallasi mukavuudella eroa Suomen kodin ja kakkoskodin välillä?</p> <p>Mitä rentoutuminen sinulle tarkoittaa tässä Algarven kodissa? Entä miten se eroaa Suomen kodissa rentoutumisesta?</p>
<b>Helpot kodin toiminnot</b>	<p>Kuuluuko mukavuuden tunteeseen kodin varustus? Minkälainen varustus on teidän Algarven kodissa verrattuna Suomen kotiin?</p>

<b>vapaus suomalaisista säännöistä ja normeista</b>	Oliko Suomesta luotaantyöntäviä tekijöitä, kun päätitte etsiä kotia Portugalista ja Algarvesta?
---	---

#### 4. Identiteetti, elämäntyyli ja itsensä toteuttaminen

<b>Teema</b>	<b>kysymykset</b>
<b>Uuden identiteetin rakentaminen vs. sama identiteetti</b>	Haluatko olla erilainen ihminen kakkoskodissa verrattuna Suomen kotiin? Miten se näkyy kakkoskodissa?
<b>Itsensä toteuttaminen</b>	Miten katsot toteuttavasi itseäsi Algarven kodissa tai sieltä käsin? Poikkeako tämä Suomessa olemisesta?  Oletko hankkinut uusia taitoja Algarvessa asuessasi?
<b>Elämäntapa, elämäntyyli</b>	Miten kuvailisit elämäntapaasi Algarven kodissa tai kodista käsin?  Miten elämäntapa poikkeaa Suomen kodissa elämisestä?

#### 5. Ihmissuhteet

<b>teema</b>	<b>kysymykset</b>
<b>avoin aloituskysymys</b>	Näkyykö toisten ihmisten vaikutus jotenkin kodissasi? Toisilla ihmisillä tarkoitan perheenjäseniä, ystäviä, naapureita, paikallisia ihmisiä tai muita sinulle merkityksellisiä ihmisiä.
<b>Ihmissuhteet</b>	Onko kanssakäyminen puolison ja perheen kesken erilaista kakkoskodissa verrattuna

	<p>Suomen kotiin?</p> <p>Vaikuttaako viihtymiseesi kanssakäyminen paikallisten ihmisten kanssa?</p> <p>Haluatko, että kakkoskodissa käy suomalaisia sukulaisia, ystäviä?</p> <p>Pidätkö esillä perheenjäsenten valokuvia, lempitavaroita ja heidän antamia lahjoja?</p>
--	---

## 6. Mitä muuta

Tässä tilaisuudessa on puhuttu kodin tunnusta ja vertailtu Algarven kodin ja Suomen kodin tuntua. Mitä muuta teille tulee aiheesta mieleen, sellaista, mitä ei olla tässä haastattelussa käsitelty?

**Liite 3. Haastateltavien taustatiedot, Suomessa kerätty aineisto**

<b>Ryhmä</b>	<b>Nimi</b>	<b>Ikäryhmä</b>	<b>Talouden tyyppi ja koko</b>	<b>Koti</b>	<b>Ammattiryhmä</b>	<b>Muuta</b>
R1 Helsinki keskiluokkainen, akateeminen	Sirpa	Keski-ikäinen	Eronnut, lapset muuttaneet	Kerrostalossa, omistusasunto	Työtön ja opiskelija	
	Maiju	Keski-ikäinen	Yhden aikuisen talous	Kerrostalossa, omistusasunto	Toimihenkilö, jatko-opiskelija	
	Juha	keski-ikäinen	Lapsiperhe: 2 aikuista, yksi teini-ikäinen lapsi, 2 aikuista lasta muuttanut pois kotoa	Okt, omistusasunto	Kultaseppä - yrittäjä ja opiskelija	
R2 Lahti keskiluokkainen	Sanna	Keski-ikäinen	Lapsiperhe:  2 aikuista,  2 teini-ikäistä lasta	Kerrostalossa	Catering alan yrittäjä	
	Tarja	Keski-ikäinen	Lapsiperhe: 2 aikuista, 2 teini- ikäistä	Kerrostalossa, omistusasunto	yrittäjä	Tekee töitä myös kotona
	Marja	Keski-ikäinen	Parisuhteessa	Kerrostalossa, vuokra-asunto	työelämässä	Asunto on koti ja työpaikka
	Jaana	Keski-ikäinen	Parisuhteessa	Kerrostalossa, omistusasunto	työelämässä	
R3 Espoo keskiluokkainen	Marko	Keski-ikäinen	Parisuhteessa Asuu Tiinan kanssa	Kerrostalo, vuokra-asunto		Marko ja Tiina asuvat
	Tiina	Keski-ikäinen	Parisuhteessa Asuu Markon kanssa	Ilmeisesti rivitalo, omistussuhde ei tiedossa		yhdessä molempien asuntoja

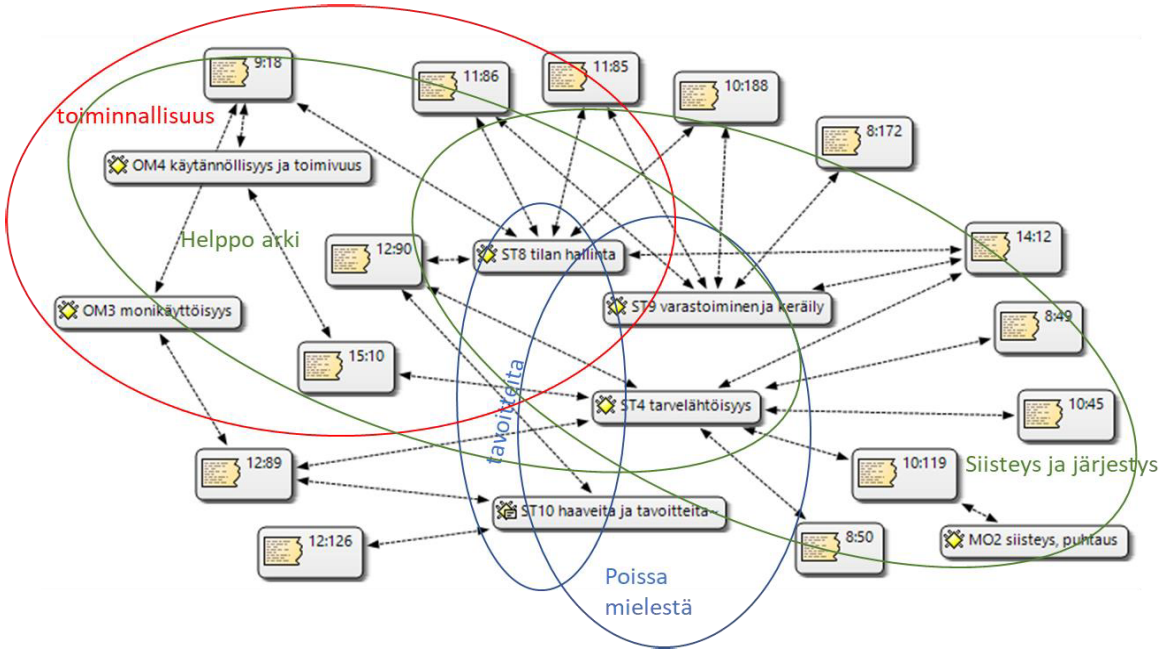
	Aura	Keski-ikäinen	Parisuhteessa: 2 aikuista	Kerrostalo, vuokra-asunto	Mahdollisesti osa- aikaisesti ammattinharjoittaja	
R4 Jyväskylä opiskelijaryhmä	Saana	Nuori aikuinen	Parisuhteessa: 2 aikuista	Vuokra-asunto	opiskelija	
	Anna	Nuori aikuinen	2 aikuista, yhteisasunto	Vuokra-asunto	opiskelija	
	Hanna	Nuori aikuinen	Parisuhteessa: 2 aikuista	Vuokra-asunto	opiskelija	
	Ella	Nuori aikuinen	2 aikuista, yhteisasunto	Vuokra-asunto	opiskelija	
R5 Jyväskylä opiskelijaryhmä	Julius	Nuori aikuinen	Parisuhteessa: 2 aikuista	Vuokra-asunto	opiskelija	
	Nea	Nuori aikuinen	Parisuhteessa: 2 aikuista	Vuokra-asunto	opiskelija	
R6 Pieksämäki keskiluokkainen	Kati	Keski-ikäinen	Lapsiperhe: 2 aikuista, 3 lasta (11 v, 8v kaksoset)	Okt, omistusasunto	työntekijä	
	Päivi	keski-ikäinen	Lapsiperhe, 1 aikuinen (leski), 1 teini-ikäinen lapsi	Kerrostalo, omistusasunto	Eläkeläinen (sairaseläke)	
R7 Helsinki keskiluokkainen	Sirkka-Liisa	Seniori	Yhden aikuisen talous	Kerrostalo, omistusasunto	eläkeläinen	Puoliso asuu palvelutalossa
	Ritva	Seniori	Parisuhteessa: 2 aikuista	kerrostalo	eläkeläinen	
	Maija-Stiina	Keski-ikäinen	Lapsiperhe: 2 aikuista, 1 teini-ikäinen	Kerrostalo, omistusasunto	toimihenkilö	

R8 Espoo keskiluokkainen	Miira	Keski-ikäinen	Pikkulapsiperhe: 2 aikuista, alle kouluikäinen lapsi	Okt, omistusasunto	äitiyslomalla	
-----------------------------	-------	---------------	---	-----------------------	---------------	--

**Liite 4. Haastateltavien taustatiedot, Algarvessa kerätty aineisto**

Informanttien nimimerkki	Portugalissa asuminen vuosia	Aika Algarvessa kk/vuosi	Aika Suomessa kk/vuosi	Asunto Portugalissa	Auto Portugalissa	Suomen kodin tyyppi
Herra ja rouva <i>Pioneeri</i>	25	6	6	oma talo	oma auto	oma asunto
<i>Rantarakki</i>	15	11	1	oma talo	oma auto	lasten luona
Herra ja rouva <i>Maaseutu</i>	14	6-8	4-6	oma talo	oma auto	kesämökki
Herra ja Rouva <i>Vapaus</i>	4	7	5	vuokra	vuokra-auto	kesämökki kaupunkiasunto vuokrattu
<i>Entisöijä</i>	5	6	6	vuokra	oma auto	okt kaupungissa
<i>Ilonen Nainen ja Iso Mies</i>	2	9	3	vuokra	ei autoa	kesämökki
Herra ja Rouva <i>Äärielämä</i>	2	7	5	vuokra	oma auto	talviasuttava mökki
Herra ja Rouva <i>Työleiri</i>	2	8-9	3-4	vuokra	oma auto	kesämökki
<i>Edvin ja Krii</i>	2	7	5	vuokra	oma auto	kesäpaikka, oma kaupunkikoti vuokrattu
<i>Etelän Vaari</i>	2,5	10-11	1-2	oma talo	ei autoa	okt, josta asuinkerros vuokrattu
Herra ja Rouva <i>Golfari</i>	2			vuokra	oma auto	pojan kerrostalo- asunto, oma kaupunki okt vuokrattu

## Liite 5. Toimiva tila koodi-sitaattilinkit Atlas.ti ohjelmasta



### Sitaatteja:

12:90 Tosi iso ruokapöytä olis tosi ihana mun mielestä. Ja keittiö muutenkin iso. (Hanna, S-aineisto)

14:12 Kaikki uudet hankinnat mitä on kirjahyllyjä, koska meille kerääntyy kirjoja, niitä vaan tulee, ja sitten pitää hankkia kirjahyllyjä. (Maija-Stiina, S-aineisto)

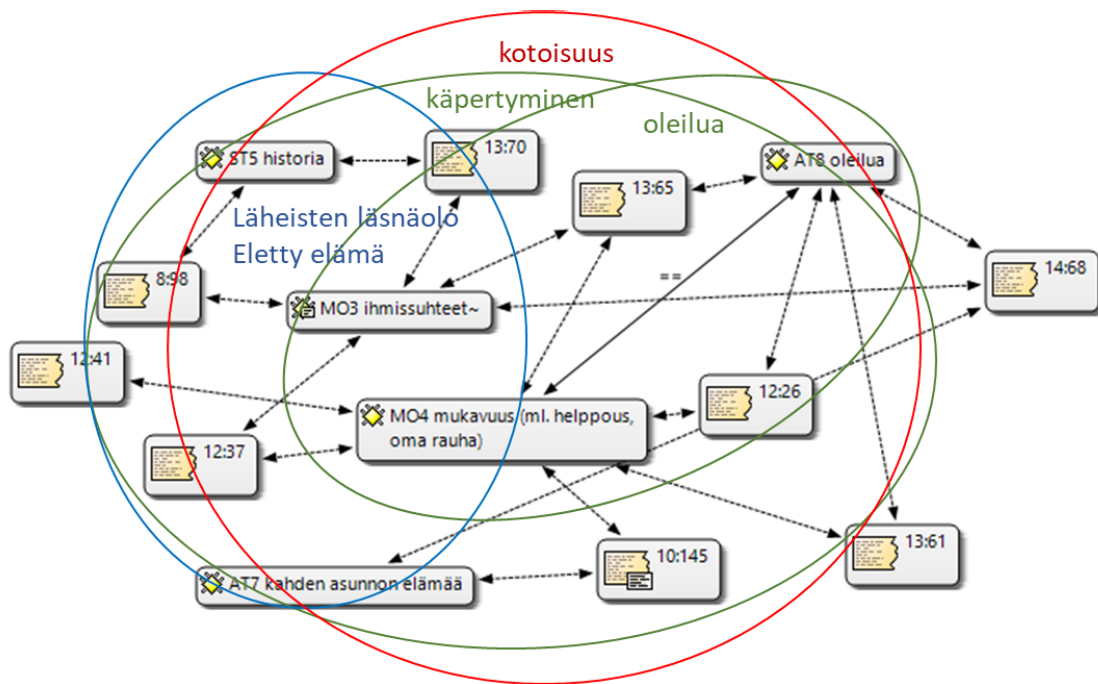
11:85 Meillä on sellainen käytäntö, et aina kausittain viedään urheiluvarusteet varastoon ja pois varastosta. Et kun tulee talvi, niin sukset ja lumilaudat tulee esille ja sit kun tulee kesä, ne menee varastoon. Sitten tulee skeittilauta tai tällaista. (Julius, S-aineisto)

10:119 Keskustassa on pakko siivota. Hirvee pöly tulee sisälle koko ajan. Ja musta lattia... Kyl sen takia on pakko siivota. Kun ajattelee, et sinä hengität sitä kaikkea. Pakko se on pois saada. (Tarja, S-aineisto)

15:10 Käytännöllisyys. Koska minä olen niin laiska kodin töissä ja siivoamisessa. Ja nyt myös ei ois yhtään aikaa eikä energiaa, niin kaiken pitää olla mahdollisimman yksinkertaista ja helppoa. Että meillon niinku melkein kaikki huonekalut semmosia... että eka uus huonekalu oli lokerikko portaiden alle, mihin saadaan lapsen lelut... Et nyt pystyy imuroinnin tieltä laittamaan järjestykseen. (Miira, S-aineisto)



## Liite 6. Pesäkolo koodi-sitaattilinkit Atlas.ti ohjelmasta



Sitaatteja:

12:26 Ku mä asun solukämpässä nytten, niin sitten mulle se on vaan levolle tarkotettu. Sen mukaan mä oon myös pyrkiny sitä sisustaan. Et siellä olis helppo sitten rauhoittuun. Mä pyrin tekeen mahdollisimman vähän mitään kouluhommii kotona. Ihan just sen takii, etton erikseen ne opiskelupaikat ja lepopaikat. (Hanna, S-aineisto)

13:61 Mutta sitten siisteys, mikäli minä ymmärrän, että onko kaikki tiptop, nii minä oon sitä mieltä, et minä piän sitä kotia semmosessa järjestyksessä ku jaksan. Ja jos en jaksa ja joku siitä mulle mainiitsee, nii minä voin sanna, että ooppa hyvä ja ruppee siivoamaan jos haittaa. Tämän minun koti. Että minä en siitä enää stressiä ota. Että minä oon ollu kolkkyt vuotta toisen palveluksessa ja siitä kaks kyt vuotta tehny vuorotyötä. Oon niinku ollu semmosessa asiakaspalvelu ammatissa, missä aina on pitäny hymmyillä, että minä tuon ja minä teen. Nyt minä oon aatellu, että en ota todellaakkaa stressiä omasta kodista. (Päivi, S-aineisto)

14:51 Mä oon kans boheemi. Just ku on askarteluhommat siinä ja kaikki nää. Mutta ne on kaikki ihan hyvä järjestyksess. Mutta että ne on siististi siinä ettei ne oo... Siinä pitää osata elää sen systeemin kanssa. Ainakin minä voin elää. Ja Mirkku sano mulle niin ihanasti. Älä yhtään... Ku mä sanoin, että

voi kamala mä en voi kutsuu ketään tänne ku meillä on tännäköstä. Mieti tää on sinun koti. Eikä tää oo vieraita varten tehty. Tää on sinun koti. Sä elät just niinku sust tuntuu. Ja niinhän se tietysti on. Ja sitten kun mulla on ollut näitä juttuja. Sairas mies ja muuta. Ei enää jaksaisi sitä samaa elää. Et mun on vähän pakko vähän luopua siitä. Mutta kyllä minä suhteellisen puhtaassa elän. (Sirkka-Liisa, S-aineisto)

12:37 Varmaan just Lauran [kämpäkaveri] sillä on ollut paljon huonekaluja ja muita. Mut sitten mun mielestä silleen mitä meillon ollu niin ne on hyvin jotenkin sointunut yhteen. Ja kun se asuntokin on tietyn näkönen, se ei ole ihan pelkistetty myöskään alun perin. Se on toiminut kivasti, tullut sitä kotoisuutta siitä [kokonaisuudesta eli asunto plus omat ja kämppiksen kalusteet ja muut tavarat]. (Anna, S-aineisto)

13:65 Meillä on kaikki, meillä kaikki saa mennä kaikkiin huoneisiin, kaikissa huoneissa saa rötkötellä kaikki viis. Meillon divaanisohva, miten aina päin mahutaan. Ja yks nojatuolikii. (Kati, S-aineisto)

12:41 Ja valo ehkä. Ei tuu koskaan pidettyä sitä ellei nyt sitten ihan hirveesti tarvii valoo jos ei tee mitään sellasta, koskaan se kattolamppu päällä. Joskus nauretaankin, että meillä on jokasessa nurkassa siin olohuoneessa yks joku valaisin. Ja meillä on neljä lamppuu päällä huoneessa, vaikka oikeestaan ei tarviis niinku. Mutta siitä tulee sellanen lämpimämpi se väri ja semmonen kotoisa. (Saana, S-aineisto)

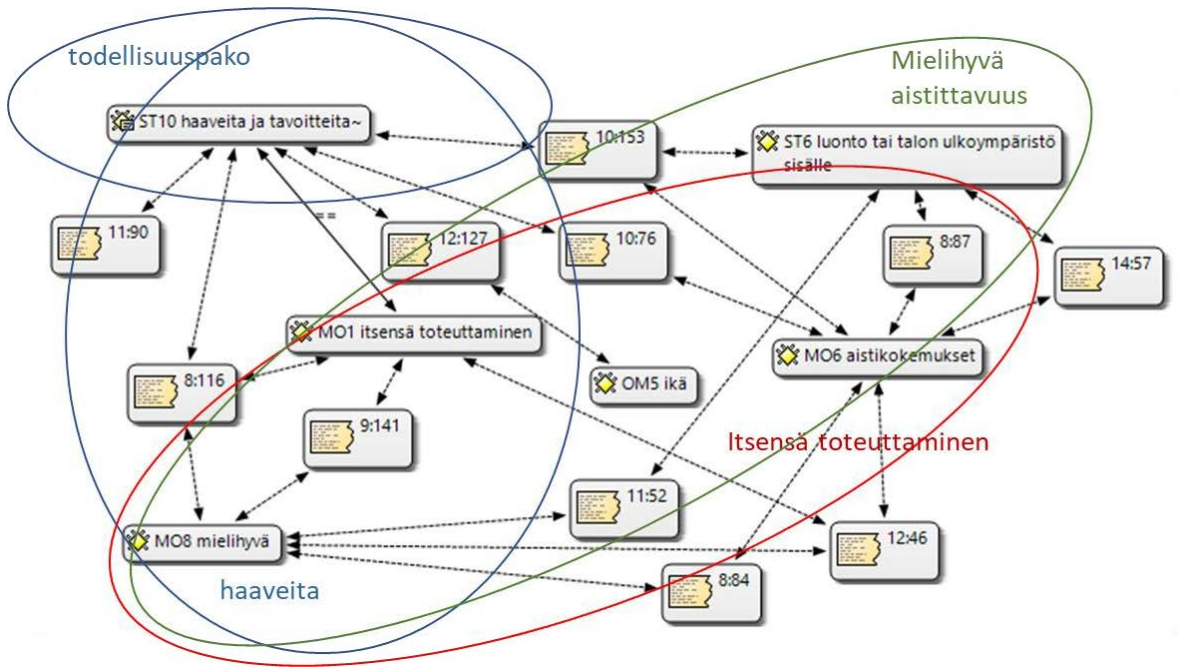
8:98 Mulla on sellainen isomummin vanha kaappi, niin sen päällä on nyt kun mä äidin ja isän keittiöstä poimin talteen semmosen, minkä mä oon joskus tehnyt äidille äitienpäivalahjaksi, missä on suvun vanhoja kuvia niin kuin yhdessä kehyksessä. Koko meidän suvun historia. Se on mulla nyt seinällä. Enkä sitä olis aikaisemmin laittanut, mutta nyt on semmonen tunne, että se on kiva. (Sirpa, S-aineisto)

12:18 Itelle ehkä kans semmonen, että saa siitä kotoisan. Ettei se ole sellainen hengetön. Ja siihen ehkä vaikuttaa, että on jotain että mulla on isoäidin vanha pöytä. Tai jotain tällöisiä, jotenkin että jos niillä on tarina tai ne on tullu joltain muulta, niin niistä tulee kotoisuutta. (Anna, S-aineisto)

14:68 Sitten kun mä syön, tulee tällöinen hirvittävä väsymys. Se veren sokeri laskee tai mitä siinä tapahtuu. Niin kuitenkin. Mä siihen sohvaan nukahdan niin, että Timo istuu siinä sohvassa ja sitten se pitää mun jalkoja sylissä ja mä nukahdan siihen. Ja [avopuoliso] antaa peiton siihen mun päälle. Nukun semmoisen puoli tuntia ja sitten minä olen ihan pirteä. Ja keitetään kahvit ja minä virkistyn. Sitten katotaan Kauniita ja rohkeita ja uutisia. (Sirkka-Liisa, S-aineisto)

10:145 Siellon [mökillä] varmaan tällainen kohtufiilis. Kuin jossain kohdussa, turvallinen olo ja semmonen. (Tarja, S-aineisto)

## Liite 7. Mielen sisäinen olotila koodi-sitaattilinkkejä Atlas.fi ohjelmasta



### Sitaatteja:

9:80 Ehkä rentoutuminen on mulla, että on käynyt suihkussa ja saunassa. Mulla on fyysisiä esteitä siihen saunaan nykyisin. Semmonen ilman vaatteita parvekkeelle taikka jossain takapihalla antaa tuulen tulla. Silleen, että tuuli on iholla. Voi ottaa yhtä lonkeroo siinä ja grillistä tulee jotain hyvää tuoksua. Silloin se rentoutuminen on silleen kliimaksissaan. (Marko, S-aineisto)

14:54 Ainakin mulle on semmonen ihana kun nään vaan taivasta kun siellä on lasitus siinä mun terassilla. Kun minä olin sängyssäkin niin menin illalla sinne sänkyyn niin talvella näky tähtitaivas. Mä katson kaikki sitä ihanaa. Hirveen ihana kuulkaa kun ei näy mitään muuta kuin taivasta. Niin se on ihan uskomaton kokemus kun mä makaan selällään siellä. Ja muutenkin siellä meidän terassilla. Se on jotenkin jännittävää. Mä en nää mitään niitä ihmisiä siellä kadulla. Sieltä ei näy ollenkaan sinne alas. Siinä on nimittäin tällainen katu laitettu siihen mun ikkunan alle katolla. Semmonen missä kattomiehet pitää huolen kaikesta ja siinä on vieressä vielä semmonen kaide. Siinä näkyy vaan kattoja. Meri on kyllä ihan siinä, kun siitä ei ole kuin semmonen 500 metriä rantaan. Se on mulle semmonen ihana tunne. Ihana kun ei ole mitään muuta kuin sitä taivasta. Aika outoa, kun sitä ei monella ole. (Sirkka-Liisa, S-aineisto)

8:87 Esimerkiksi ratikan ääni, kun se kulkee. Se kuuluu siihen että on kotona. [matkii ääntä] menikö vai tuliko se. Sitten mulla on Lintsi siinä kupeessa. Kesäisin kun on ikkuna auki kuuluu [matkii huvipuiston laitteiden ääntä]. Sekin kuuluu siihen [viihtymiseen] että siitä näkyy puistoo ja on rauhallinen katu. Et siihen kuuluu pihan äänet ja sellaset.. (Maiju, S-aineisto)

11:90 Me ollaan molemmat valmistumassa tässä lähiaikoina. Haaveena on varmaan, että ostetaan semmonen vähän niinku oma talo, että ei asuta enää opiskelijakämpässä. Sit sitä pääsee sisustaan niinku itse haluaa. Maalaa seiniä ja laittaa tapetteja ja semmosta. (Nea, S-aineisto)

8:116...et seuraan lehtia ja telkkaria ja haen vaikutteita. Kirjoistakin käyn selaamassa Akateemisessa [kirjakaupassa]. Minulle ne toimii niin kuin värimaailmoina ja impulsseina. Niinku mä tiedostan kans ton miten kuvat valehtelee ja noin. Mut ne toimii inspiraation aiheita itselle, et mikä näyttää kivalta. Et niinku päiväunia. (Sirpa, S-aineisto)

12:127 Must ois ihana semmonen yhdistetty olohuone ja ruokahuone, missois vaikka tosi korkea katto. Ja siin vois olla vaikka joku takka ja sellasta. Ja sit mä haluisin niinku aika paljon käyttää kaikkee vanhaa. Tai just jos löytäis jostain kirpparilta, antiikkikaupoista. Muston aina kivaa, jos esineellä on joku tarina tai minkä niille voi kuvitella. Et mahdollisimman vähän sellasta uutta ja modernia. (Ella, S-aineisto)

8:84 Mulle se on se, että se on sopivan kokoinen, mun näköinen ja se on kodikas ja lämmin, suloinen, ihana. (Sirpa, S-aineisto)

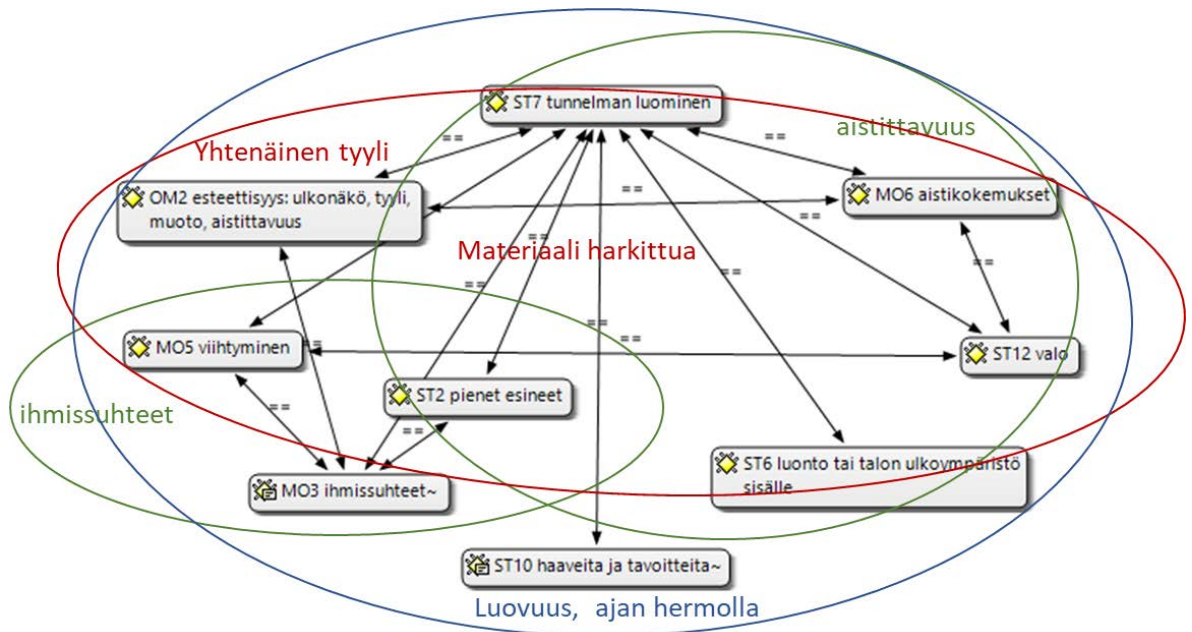
9:141 Mä toteutan itseäni nettisoppailun avulla. Silleen, että mä käyn kattomassa Elloket ja Hollensit [en saanut selvää mikä tämä on] ja kaikki tämmöset yleiset koti kaunistus kaupat. Mä teen hirveitä ostoslistoja, joita mä hirveen harvoin lähetän sit tilaukseen. Ja sit mä yritän miettii mikä sopis minnekin. Semmost perinteist. Aikaisemmin puhuttiin ikkunasoppailusta, nyt on tämmöinen nettihaaveilu juttu. Mä saan siitä ihan mielettömät vipat. Edes niinku ajatusmatkalle, että millä tavalla mä voisin muokata sitä mun elintilaa aina niinku silleen välillä. (Aura, S-aineisto)

10:153 Joo. Että näkyy just kauas. Ja horisonttia mieluummin ku seuraavaa kerrostaloo. Ei sitten muuta... Ja horisonttia mieluummin ku seuraava kerrostalo. (Marja, S-aineisto)

10:76 Siisteys ja tavarattomuus. Pikkutilpehööriä ei missään. Puhdas, valkoinen integroitu tila. Täydellinen haave. (Marja, S-aineisto)

12:46 Sit siellä on mun kavereiden kuvii, mitalleita seinällä mihin mä pystyn tavallaan identifioimaan itseni ja sitten siitä tulee sellainen kiva olla. (Ella, S-aineisto)

## Liite 8. Tunnelmointia ja yhdessäoloa koodi-sitaattilinkit Atlas.ti ohjelmasta



Sitaatteja:

9:56 Mutta me on pyritti tekemään näistä huoneista, mitä meillä on, vähän eri tyyliä. Makuuhuoneessa on vähän tämmöstä intialaista eksotiikkaa. Ja olohuoneessa ollaan sitten tällaista hyvin nuorekkaampaa niinkun enemmän värikkäämpää juttua. Meillon punasia hyllyjä ja mustia hyllyjä. Ja myöskin seinät on maalattu silleen, et on violettiä seinää, on hopeeta seinää. Ne on kohdevalaisimilla laitettu kasaan. Keittiö on laitettu tällaiseksi italialaistyyliseksi, paljon valokuvia ja rooman punainen seinä. Siellä on myöskin tällainen mun uskontoon liittyvä alttari, missä on jumalfiguureja ja mausteita. Se on tavallaan niin, että keittiö on kodin sydän. Et siitä on pyritty tekemään mahdollisimman kodikas. (Aura, S-aineisto)

9:151 Mut kyllä mä tykkään siitä, et mun koti on viihtyisä, minne mun ystävät haluu tulla. Ja on silleen lämmin. Ja varsinkin kun mä teen hoitotyötä niin mä pyrin siihen, et niinku harmonia siellä olemassa. Ihmiset ei tuu kolkkoon, tavallaan kylmään tilaan. Se ei oo hyvä juttu. Kyl mä niinku tykkään siitä, että ihmisillä on kiva olla meillä. Ja ne löytää uusia sisustusvinkkejä meillä käydessä. Ja rohkeutta siihen, että voidaan ostaa jotain muutakin kuin sitä valkosta tai puuta tai koivuu tai jotain muuta vastaavaa. Seinät voidaan myöskin maalata vähän rohkeammin. Voidaan käyttää vaaleen eri sävyjä. Tai sitten rohkeammaks mennä. Niin mä oon saanu hirveesti asiakkailta ja ystäviltä. että toi näyttää oikeesti toltta, vähäns hieno koti. Ja näin poispäin. Kiva on olla antamassa toisille rohkeutta.

Myöskin toteuttaa sitä omaa itseään. Et koska niinku hirveän monet asunnot maalataan valkoseks ihan vaan siks ku se on perus juttu. Et on hyvä lähtee rohkeesti kokeilemaan jotain muuta. (Aura, S-aineisto)

14:82 Mullon tauluja ihan hirveesti. Te ette usko. Kuinkahan monta taulua mullon seinällä. Yks on niin iso, että se vie melkein puolet siitä seinästä. Se on 1910-luvulta. Se on semmonen mereltä kanootti, mies, jolla on ravatti kaulassa ja musta puku ja valkoinen paita ja meloo. Se on jotenkin niin naivistinen. Se on jostain Helsingin alueelta ja siinä on laitur. Se on tosi mahtava taulu. Ja isot kehykset. Se hallitsee koko huonetta. Mutta sitten tämä chileläinen taiteilija tämä istuva Lorga niin hänen töitään mulla on. Olen tilauksesta teettänyt mun parvekkeelle ison tällaisen merimaiseman, missä on purjevene. Ja kuule kun sen edessä on otettu kuvia meillä niin multa on kysytty. Näkykö sulta merelle. Se on ihan niin kuin se olis ikkunasta. Niin hämäävää. Niin ja niitä Lorgan tauluja on koko se parvekkeen ovi, joka peilissä on hänen tekemä taulu. (Sirkka-Liisa, S-aineisto)

11:52 Esimerkiksi tuoksut, aromaterapia ja tämmöset eteeriset öljyt. Niin ne on sellasii, et jos haluaa luoda semmosen ilmapiirin, ni pystyy luomaan. Sit meillon myös kasveja aika paljon. Ne vaikuttaa siihen ilman laatuun ja tuoksuun ja semmoseen. Et ne on semmosia juttuja. Myös se lämpötila siellä asunnossa. Siellä tulee tuuletettua aika paljon. Meillä niinku makuuhuoneessakin pidetään todella todella paljon ikkunaa auki, et sit se on viilee ja raitis. Ja parantaa ainakin meidän kohdalla unen laatua aika merkittävästi. (Julius, S-aineisto)

11:56 Ja sit jos tulee kavereita kylään jos meillon vaikka jotkut opiskelijariennot ja mennään ennen varsinaista tapahtumaa meille, niin siellon sekä tilaa että sitten niinku kapasiteettii tarjota semmonen viihtyisä ympäristö semmoselle vähän isommallekin porukalle. Et istumapaikkoja on tarpeeksi ja sitä pöytäpintaa, mihin voi sitten laittaa esimerkiksi joitain virvokkeita. Ja sitten äänentoisto on sellainen, et saadaan sinne sit sellanen ilmapiiri. Ja sit meidän asunnossa alakerrassa on kerhotila, mihin pystyy myös menemään. Siellä on biljardipöytiä, telkkarit ja tälleen. (Julius, S-aineisto)

13:81 Elävä tuli. Takkatuli, uunituli, se rätinä siellä. Kynttilätuikut. Mie tykkään syksystä silleen, että kun pannaan pimeeks kynttilän valossa siellä ja takassa tuli ni se on semmonen yks. (Kati, S-aineisto)

10:82 Ehdottomasti se tunnelma. Mähän rakastan esimerkiksi... muistan pienenä tyttönä, kun tuli joku ukkosmyräkki, musta oli ihana ku sai laittaa niinku lamppuja päälle. Et mä rakastan kaikkia myrskyjä, mä rakastan lumisadetta... Et sit tykkää sellasesta hämärän hyssystä. (Sanna, S-aineisto)



**Liite 9. Tarpeellisia tavaroita ja asuminen palveluna sitaatteja koodien takana**

sitatetta	koodi
<p>Niin se hotelliympäristö ei ollu semmonen. Me tarkoituksella mentiin sinne, että etitään täältä kiva paikka. Ja kun tämä vapautu, niin hetihän me tähän tartuttiin. Ja tässä viihdytään. Ei meille oo koskaan tullut mieleenkään, että me täältä oma [omistusasunto] hankittaisiin. Me ei haluta sitoo itteemme. Sit jos tulee semmonen tunne, että nyt lähetään johonkin muualle, niin sitten lähetään. Ei silleen sidota itteemme. Tehty [olomme] silleen viihtyisäksi, että viihdytään ja on hyvä olla. (Hra Äärielämää, A-aineisto)</p> <p>Ikea kalusteilla varustettu vuokra-asunto (Hra Golfari, A-aineisto)</p> <p>Tää on kalustettu. Me ollaan tähän hankittu oma sänky ja nyt on tilauksessa sohvut. Sohvat rupee olemaan entisiä. Ne on vuokraisännän sohvat. Mutta muuten tää on ollu ihan täysin kalustettu. Oikeestaan muuhun ollaan ihan tyytyväisiä. (Iso Mies, A-aineisto)</p> <p>Pääosin on talon, vuokranantajan. Hra Äärielämää: Nii peruskalustus, ruokapöytä, sohva ja tuo tv taso. Kaikki muu on mejän. (Rva Äärielämää, A-aineisto)</p> <p>Et minä tykkään ainakin tällaisesta minimaalisesta. Se mikä täällä on, se on ollut ihan riittävä. (Rva Vapaus, A-aineisto)</p> <p>Olis kyllä jotain hyviä huonekaluja Suomessa, mutta se rahtaaminen on huomattavan epätaloudellista. Ei niitä kannata lähteä tuomaan tänne. Ei ne edes oikein sovi tänne. (Rva Työleiri, A-aineisto)</p>	<p>vuokra-asunto</p> <p>vuokra-asunto &amp; valmis kalustus</p>
<p>Jos on yritetty viedä, niin on todettu että ei ne tavarat löydä paikkaansa siellä. Me on tällaista keramiikka lampua kuljetettu huushollista toiseen ja lapselta toiselle.... Mutta ei löydy Suomen kodista paljon [Portugalista tuotua tavaraa]. (Rva Pioneeri, A-aineisto)</p> <p>Suomesta ollaan tuotu sellaisia niinku pieniä tavaroita. Sanotaan koristetavaroita, jotain tämmöistä. Mitään isompaa muuttokuormaa emme ole tänne tuoneet. Aivan semmoista niin kuin käyttötavaraa. Ja mitä tulee keittiötavaraan, niin täällä on erittäin hyvin varustettu. Oikeastaan kaikkea oli. Meidän on tullut ostettua hyvin vähän niin kuin joku paistin pannu tai patakinnas, mutta hyvin vähän. (Edvin, A-aineisto)</p> <p>Talvella on hyvin halpaa vuokrata auto. Minä olen hetkittäin vuokrannut. Varsinkin kesällä, kun tulee näitä vieraita, on vuokrattu auto, että on päästy kulkemaan ja kattomaan paikkoja... minä liikuin Portugalissa polkupyörällä ja julkisilla kulkuneuvoilla. (Etelän Vaari, A-aineisto)</p> <p>Meillei oo autoo, ei meil oo ees polkupyöriikään, vielä. On lyhyt matka kävellä joka paikkaan. (Ilonen Nainen, A-aineisto)</p>	<p>tavarat ei kulje eri maissa olevien kotien välillä</p> <p>ei omaa autoa</p>

<p>Mulle hyppää silmille toi eteisen... on semmoista retromeininkiä tuo seinä. Siihen vaan on yritetty [tottua]. Siihen siirrettiin yksi ruukku tuosta [olohuoneen] nurkasta. Ja minä maalasin siihen semmoisen risukasan. Sitä me aina vaihdellaan eri vuodenaikaan vähän erilaisia koristeita ja semmosia. (Rva Äärielämää, A-aineisto)</p>	<p>tekstiilit ja pienet esineet</p>
<p>No ei ihan niin villi, kun tässä vuokrakämpässä nyt ollaan, niin huonekalut kuuluu tähän diiliin. Sohvan päälle me ollaan heitetty tuommonen värikkäämpi peitto. Muuten se olis tylsä tumman sininen. Ja tosiaan aina kaikki nämä omat taulut esimerkiks. Tännekkii me on tuolta kirppikseltä paljo ostettu ja mie itte maalailen. Niiton kiva tuijotella seinillä. (Entisöijä, A-aineisto)</p>	
<p>Ja mie verhot vaihan olohuoneeseen, nii sit on aika hyvä. Astioita ollaan ostettu, kaikennäköstä pientä. (Ilonen Nainen, A-aineisto)</p>	
<p>Kissakaupasta on makkariin ostettu. Käytävän matto Espanjan puolelta. (Hra Äärielämää, A-aineisto)</p>	
<p>Joo. Tietty esteettisyys ja että on värit kohdallaan. Sellainen, mikä luo mulle viihtyvyyden tunteen, niin värit on niistä ykkönen. Et ne värit on sillä lailla ”mahallaan”. Ja ne voi tietysti vaihdellakin eri paikoissa. Mut sitten materia sinänsä. Värit on ollu kyllä hirveen... (Rantarakki, A-aineisto)</p>	<p>värimaailma</p>
<p>Asunnossa se, että tässä meille on ihan riittävästi tilaa. Ja se, että tässä on kaikki kodinkoneet, hyvät, kaikki toimii. Minä arvostan sitä. Samaa tasoa kuin Suomessa meillä on. (Rva Golfari, A-aineisto)</p>	<p>tekninen varustus sama kuin Suomessa &amp;</p>
<p>Ainoa erikoinen, joka ei ole paikallinen, on että minulla on kaasugrilli. Paikallisten mielestä se ei ole. Kaikki grillaus pitäisi tehdä tällaisella puuhiiligrillillä. (Etelän Vaari, A-aineisto)</p>	<p>entiset käytännöt</p>
<p>Sitten meidän oli pakko ostaa nuo patterit. Hra Äärielämää: Kosteus on täällä [ongelma talvella], mutta kun meillä on nuo kosteuden kerääjät päällä, niin [suhteellinen]kosteus pysyy täällä noin viidessäkymmenessä. (Rva Äärielämää, A-aineisto)</p>	<p>lämmitys ja kosteuden poisto</p>
<p>Kyl mä en niinkään ajattele minkä värinen sohva on tai minkälainen valaistus, mutjos ajattelee siten näit asioita, jotka on vähän luontoon liittyviä. Oliivipuita... se paras asia on, että saa olla ulkona kellon ympäri. Joka aamu juodaan aamukahvit ulkona ja syödään ulkona. Ja liikutaan. Tämä oma piha ja puutarha mahdollistaa sen, että aina löytyy semmoista sopivaa puuhailua. Sitten yleensä aamukahvin ja lounaan välillä joko otetaan oksasaket tai lapio ja istutetaan tai moottorisaha, karsitaan ja näin. Tämöistä pientä askaretta. (Hra Maaseutu, A-aineisto)</p>	<p>uudet käytännöt</p>
<p>Voi katella vaikka Suomen televisiota. Ja yhteydet sitten toimii täältä myöskin Suomeen, nettiyhteydet ja silleen. Sellainen asiallinen asunto, se merkitsee. Vaikka tää on kevyesti... (Hra Vapaus, A-aineisto)</p>	<p>suomalaisuutta</p>

<p>Paljon olen kyllä kirjoja Suomesta. Kun minä matkustin työaikana, kun löysin mielenkiintoisen kirjan, niin ostin. Ei niitä sitten oo tullu luettua. Minä olen tuonut niitä lukemattomia tai puoleksi luettuja tänne. (Etelän Vaari, A-aineisto)</p> <p>Ja toki valokuvilla on... täällä varsinkin perheen... kuvia lapsista, lapsen lapsista. Onhan ne todella tärkeitä. Nythän voi katsoa netistä, eilen järjestelin vähän uudestaan noita valokuvia ja samalla katsoin... Sieltä voi saada eri henkilöistä ihan kuvagallerian. Ja eri aikakausilta. Se oli hauskaa. (Krii, A-aineisto)</p> <p>Sevillan Ikeasta on tuotu monta autokuormaa... Nyt on semmoinen kodin tuntu kuitenkin. Täällä on vähän rajattu tämä [huonekalujen valikoima]. Vähän vanhan aikaista, erikoista, huonekalumuoti. Ja varsinkin tuolla vanhan tavarán kaupassa, on paljonkin erilaista. Se on hyvin, vähän liiankin koristeellista ja hienon näköistä. (Etelän Vaari, A-aineisto)</p>	<p>materiat tiedostoiksi</p> <p>Ikea</p>
---	--

# Liite 10. Mielenrauhan tyysija Algarvessa koodilinkkejä Atlas.ti ohjelmasta

